CURS DE PATROCINI, 20 i 21 D'ABRIL

Consells Esportius de Catalunya

Francesc Solanellas francesc@fsolanellas.com

Horaris divendres 20 abril

Hora	Continguts
10-11.30h	Introducció. Conceptes bàsics Marketing Enfocament Marketing-Patrocini
11.30-11.45h	Descans
11.45-13.30h	Metodologia Patrocini. Captació Recursos. Estratègia
13.30-15.30h	Dinar
15.30-17.30h	Cas Patrocini. Metodologia Patrocini 3-4
17.30-17.45h	Descans
17.45-18.45h	Metodologia de patrocini 4-8. Cas patrocini
18.45-20h	Repàs del dia. Casos concrets

© Francesc Solanellas

Horaris dissabte 21 abril

Hora	Continguts
10-11.30	Repàs del dia anterior. Preparació presentació El dossier de patrocini
11.30-11.45	Descans
11.45-13h	Treball per gups i Presentació final
13-14.30h	Visita empresa de patrocini
14.30-15h	Repàs curs i conclusions finals

© Francesc Solanellas

Grups de treball

GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3	GRUP 4
Isaac Taberner	Josep M.Roy	Carles Gelonch/Joel Pont	Eduard Galí
Sònia Rallo	Alfons López	Consell Pla Estany	Consell Pla Estany
Angel Blasco	Joan Bartolí	Consell Segarra	Pedro Pérez
Eva Ramon	Xavi Dobón	Eva Calbó	Paula Blesa
Xavi Borràs	Sergi Carrero	Lluís Tio	Salva Valls
Jordi Carbonell	Lluís Montaner	Mercedes Hernandez	Carlos Sala
Andrés Rubio			

© Francesc Solanellas

Breu Presentació Francesc Solanellas

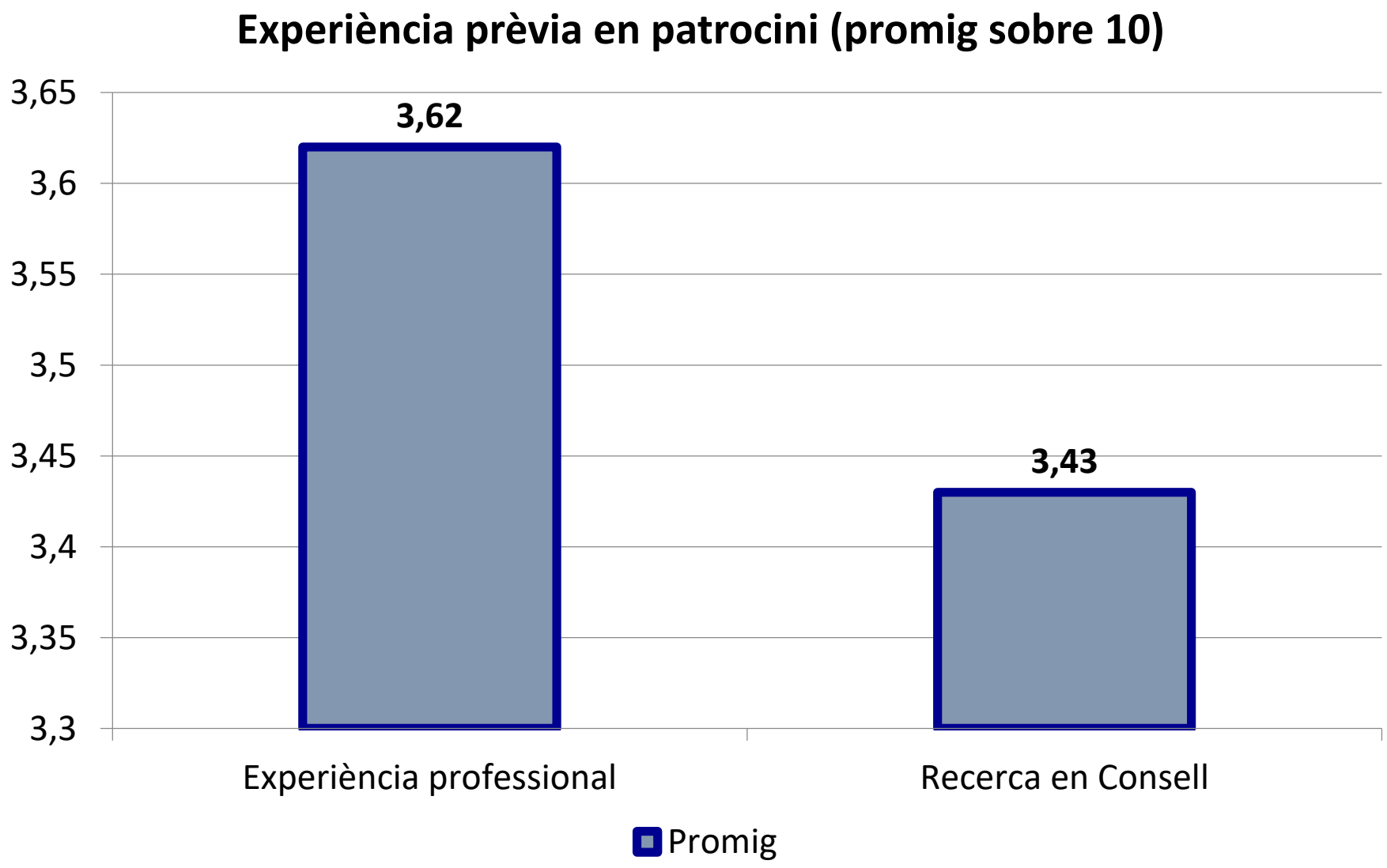
- Llicenciat en Educació Física per la Universitat de Barcelona
- Dr. en Ciències de l'Educació per la Universitat de Barcelona
- MBA per ESADE i Goizueta Business School-Emory Unversity-Atlanta)
- Programa de Desenvolupament Directiu i Planificació Estratègica a IESE
- Responsable de Formació i del Centre Internacional Tennis de la Federació Catalana de Tennis (1995-2001)
- Director d'Espanya i Portugal de l'empresa Babolat (2000-2005) i Responsable de Marketing del Sud d'Europa

Breu Presentació Francesc Solanellas

- Director General de les Seccions del Futbol Club Barcelona (2005-2010)
- Responsable de Patrocini i Ticketing del Mundial de Natació 2013
- Professor de Gestió de l'Esport INEFC-Barcelona
- Professor en diferents cursos de gestió esportiva amb la UEFA, el COI etc. tant a nivell nacional com internacional
- Com a consultor he treballat en diferents plans estratègics i comercials d'empreses de serveis, clubs i federacions i diferents entitats públiques i privades de Catalunya, Espanya, Europa i Amèrica.

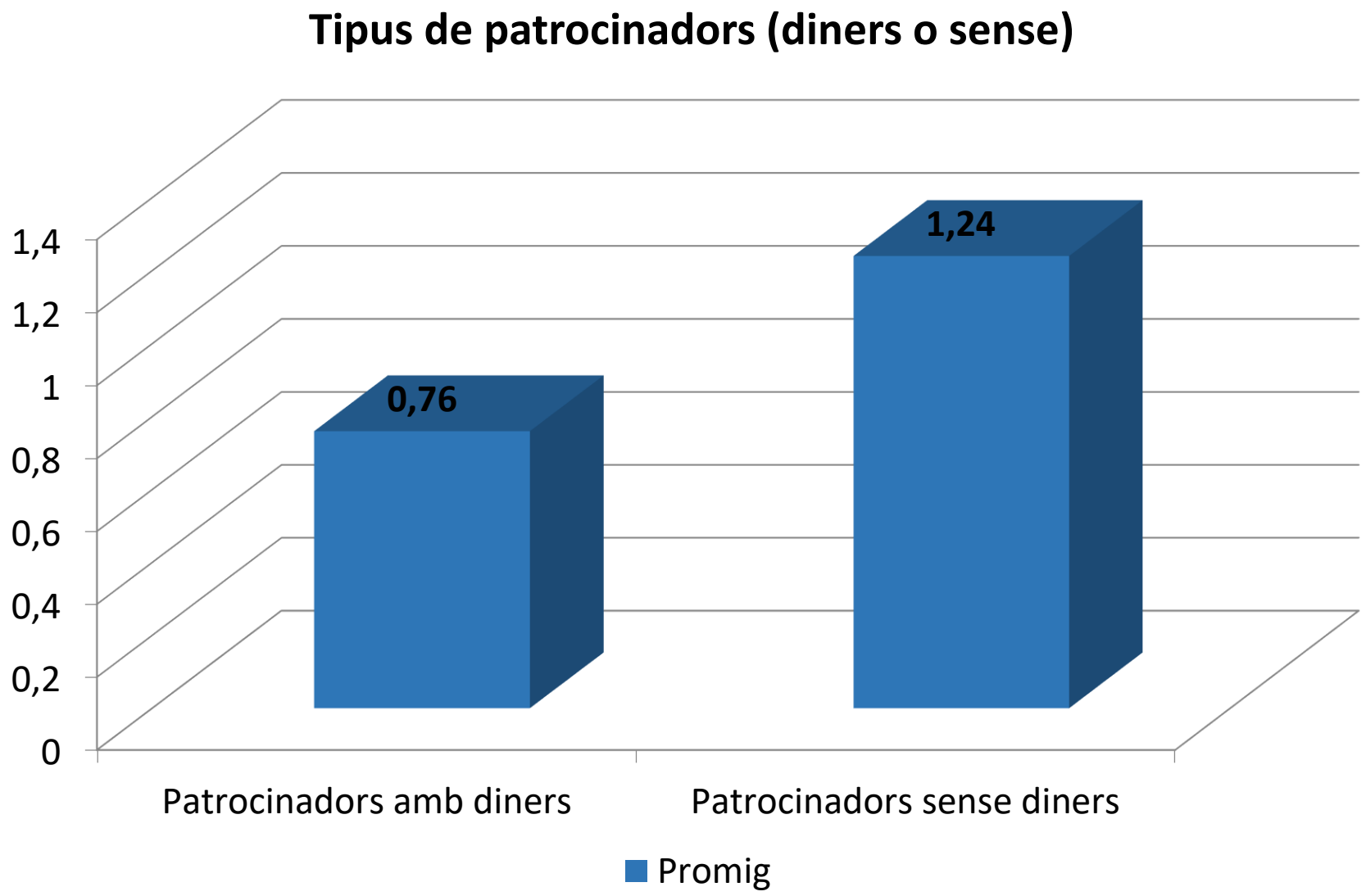
1.QÜESTIONARI PREVI

1. Qüestionari previ



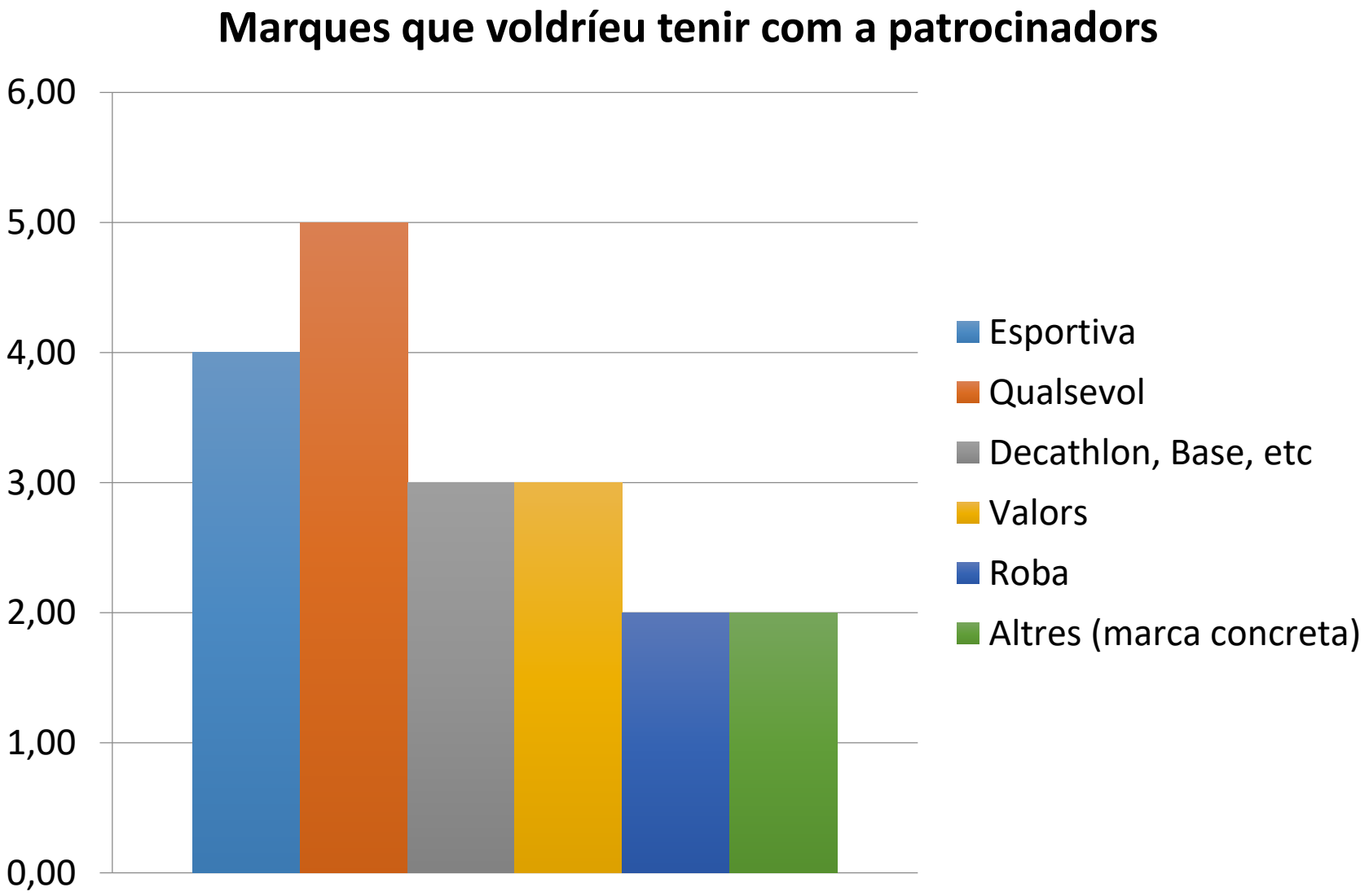
© Francesc Solanellas

Tipus de patrocini



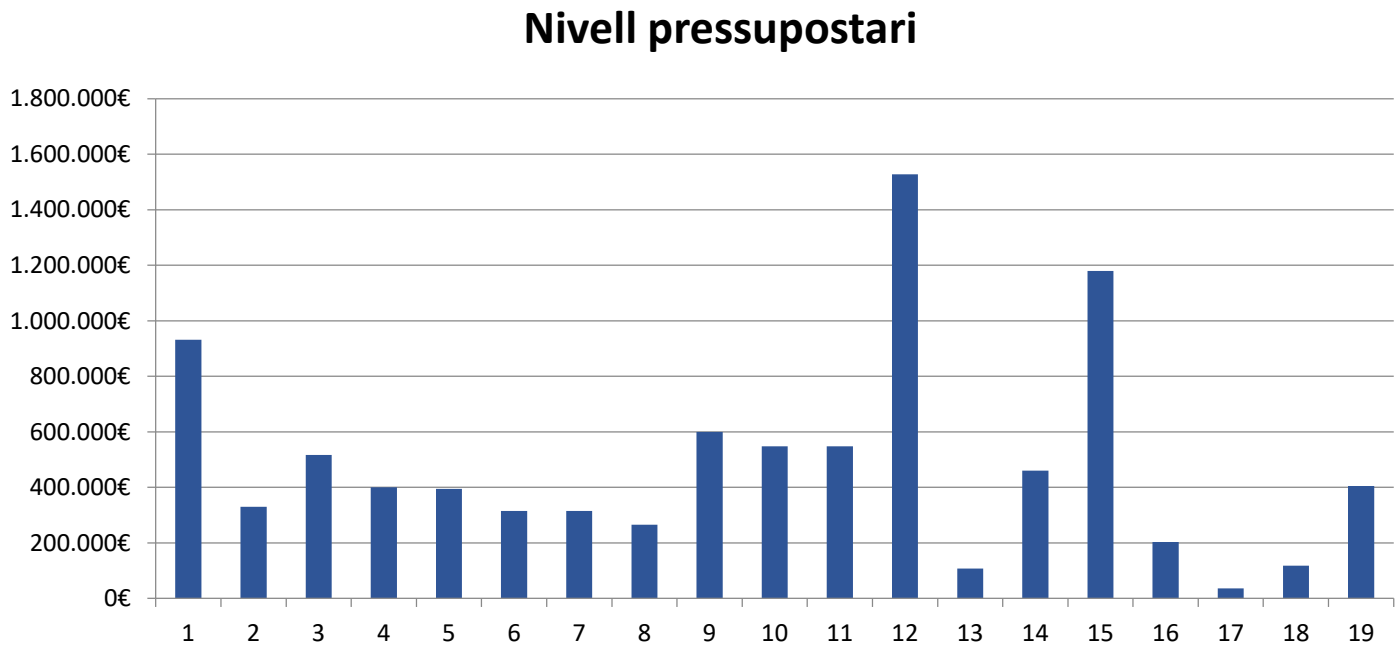
© Francesc Solanellas

Marques de preferència



© Francesc Solanellas

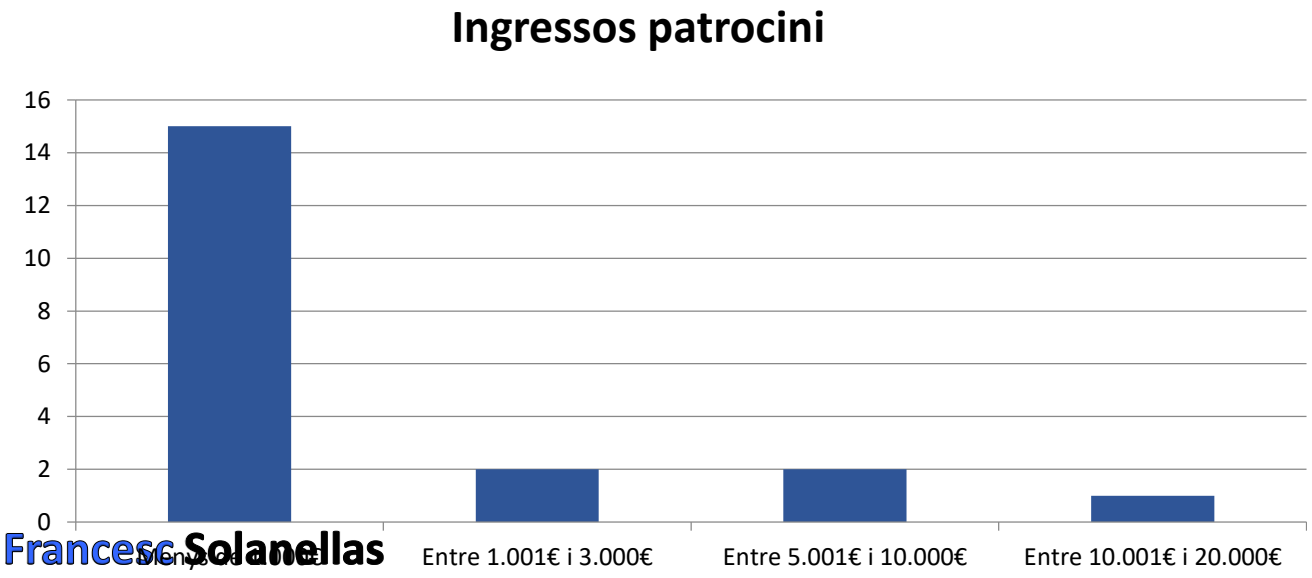
Pes del patrocini



484.500€

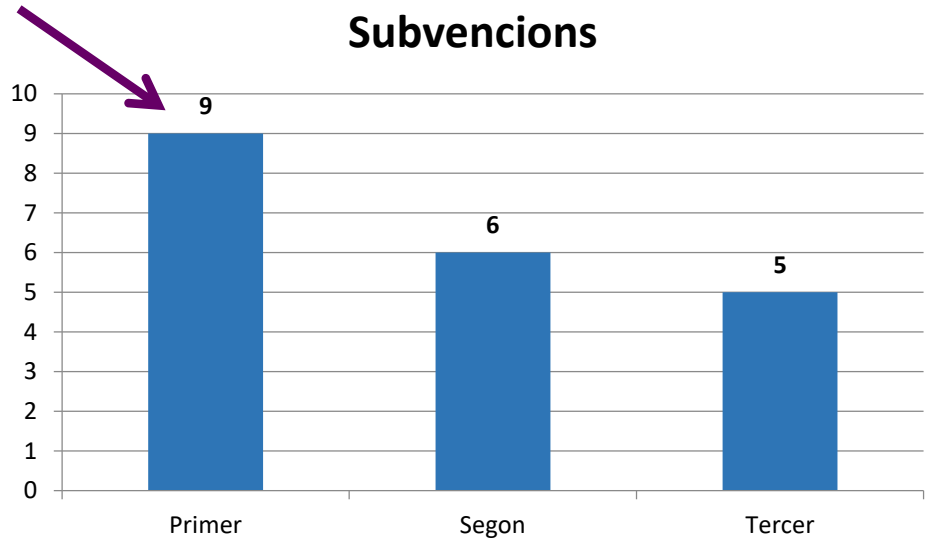
0,50%

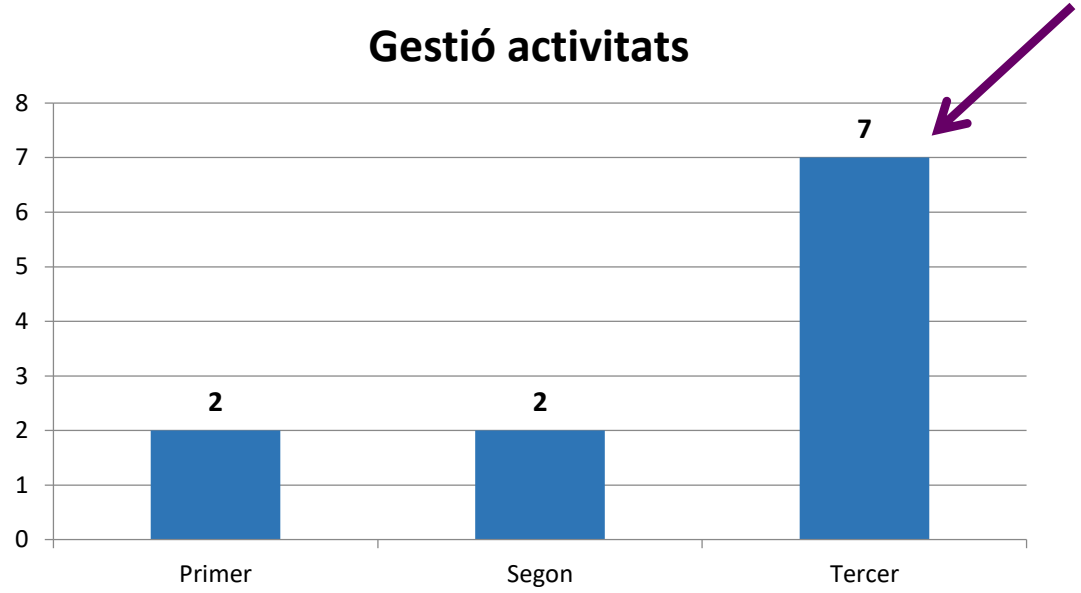
2.450€

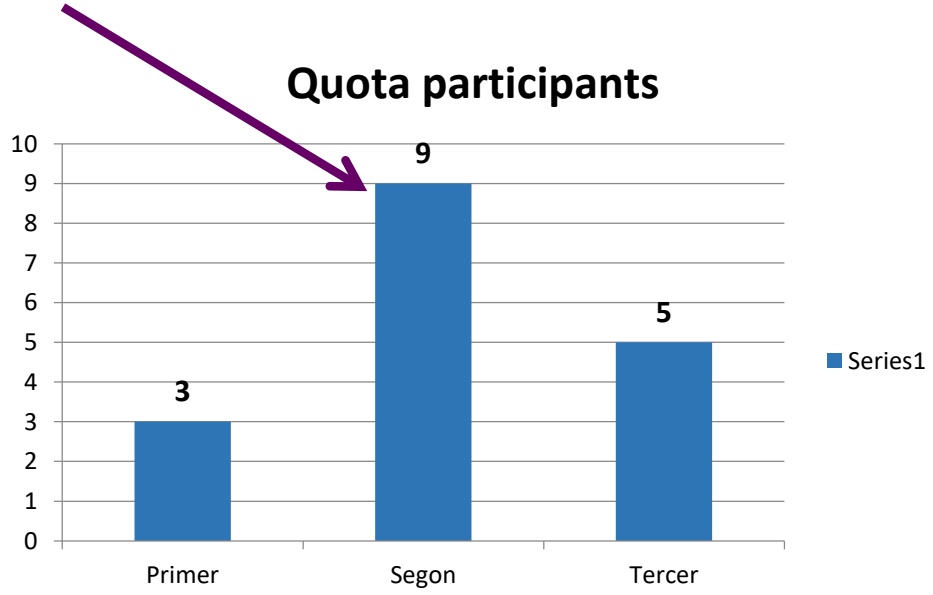


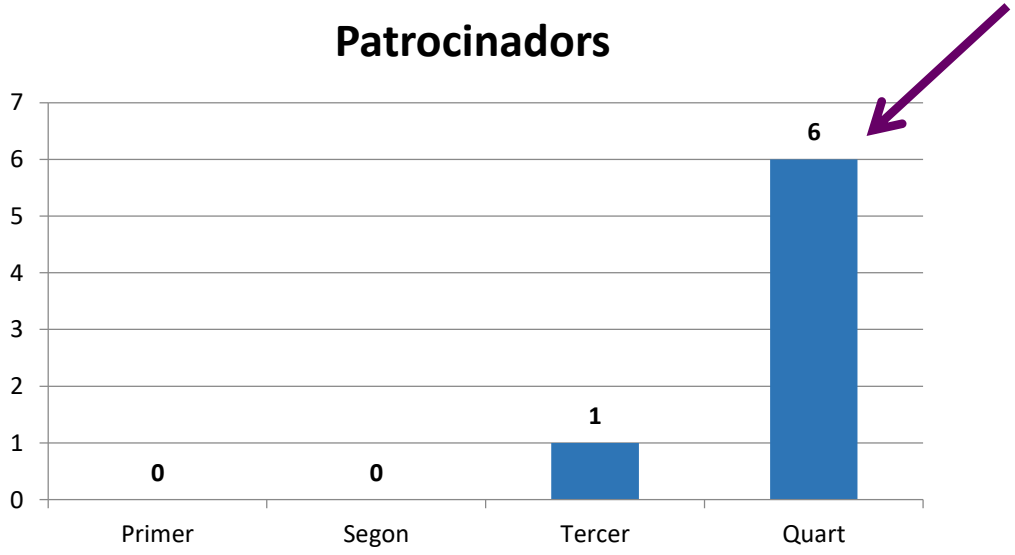
© Francesc Solanellas

Fonts de recursos



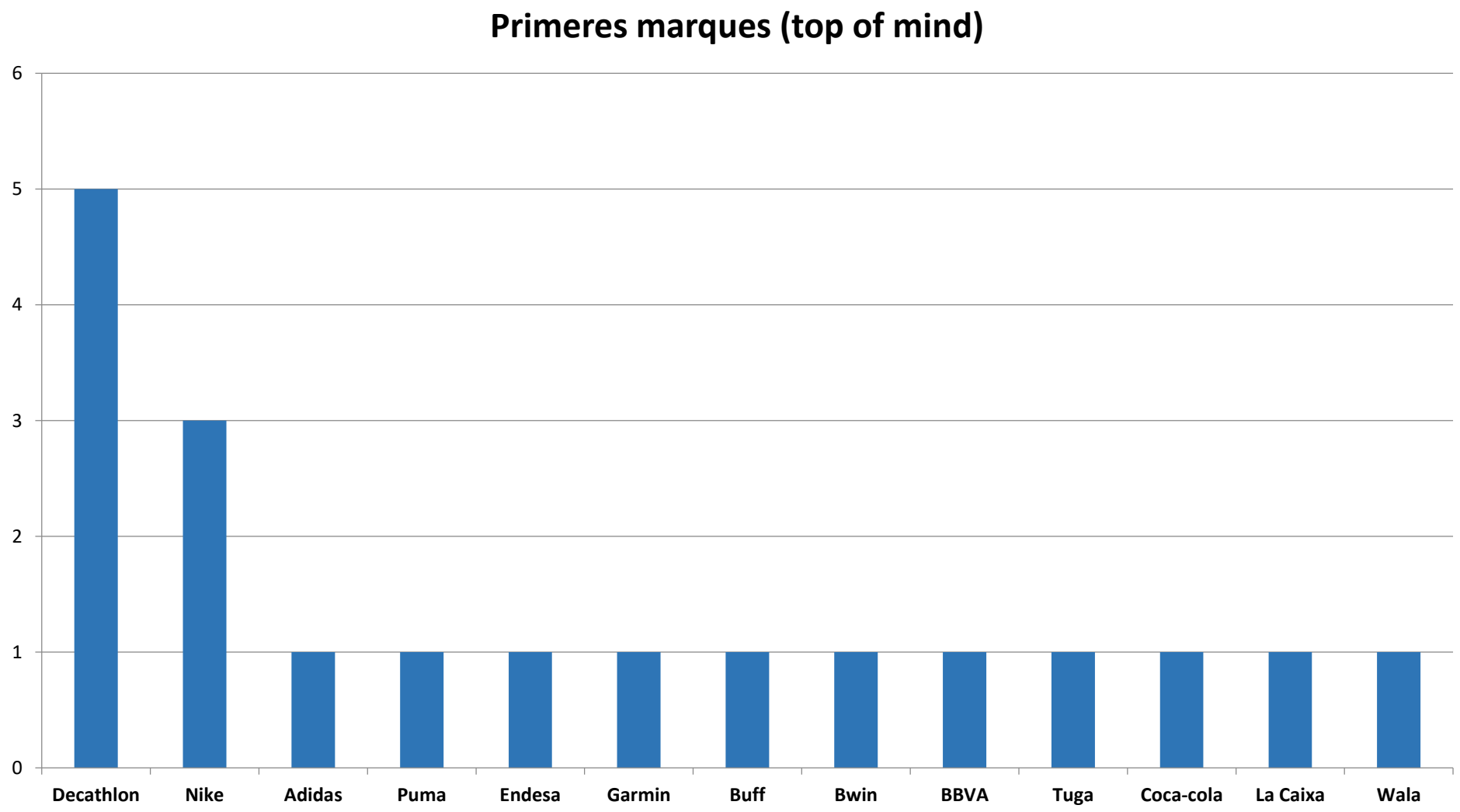






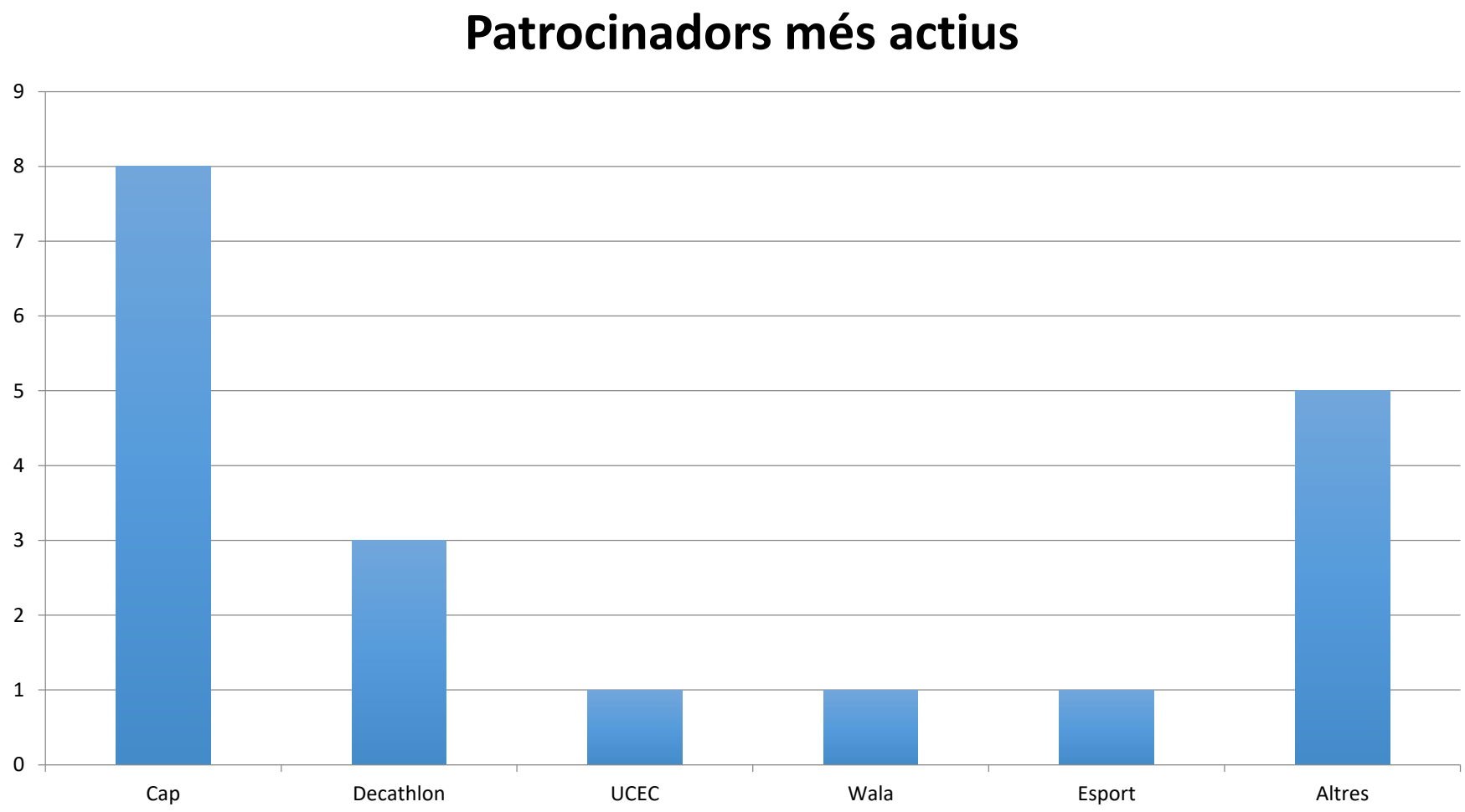
© Francesc Solanellas

Primeres marques-top of mind-



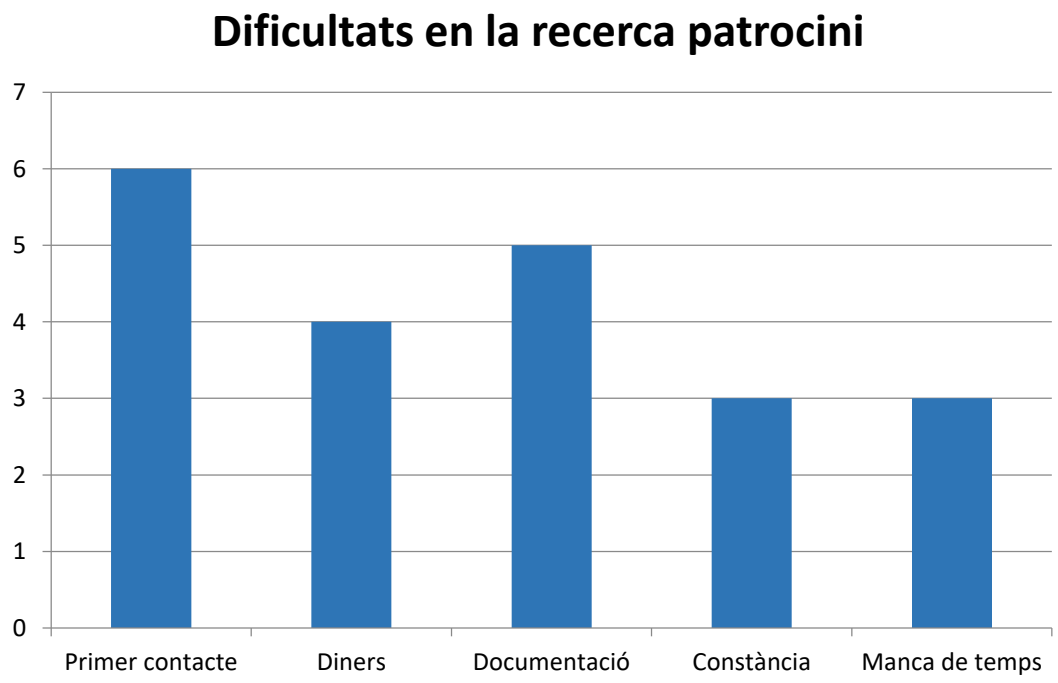
© Francesc Solanellas

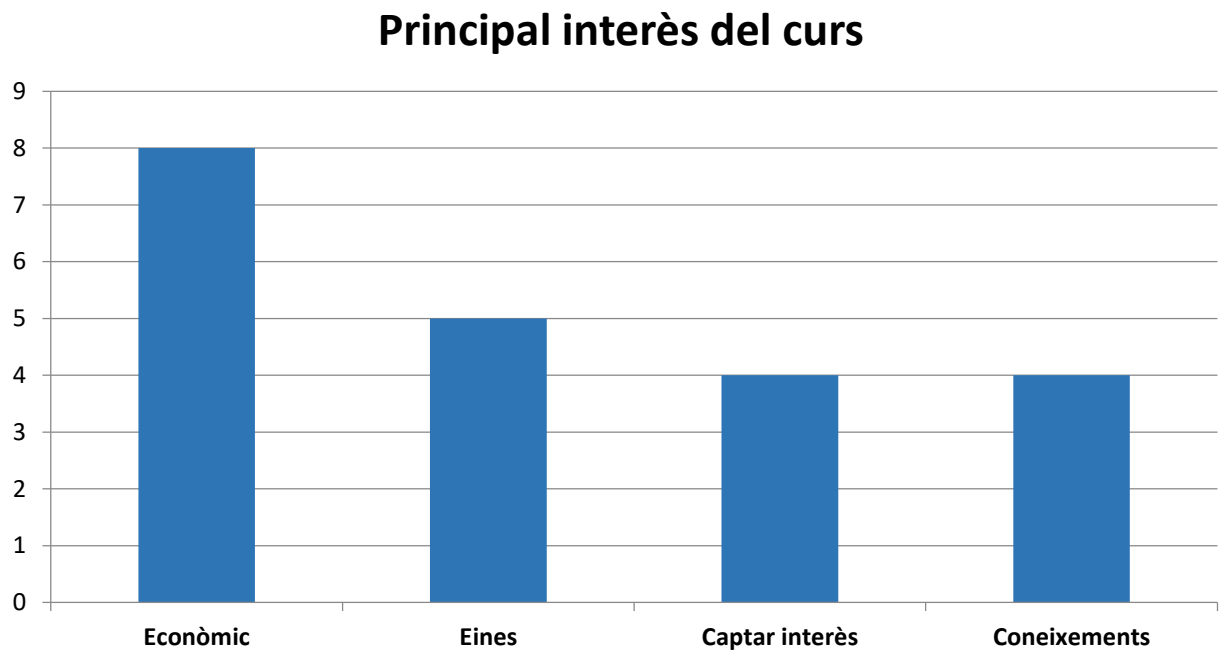
Activació del patrocini



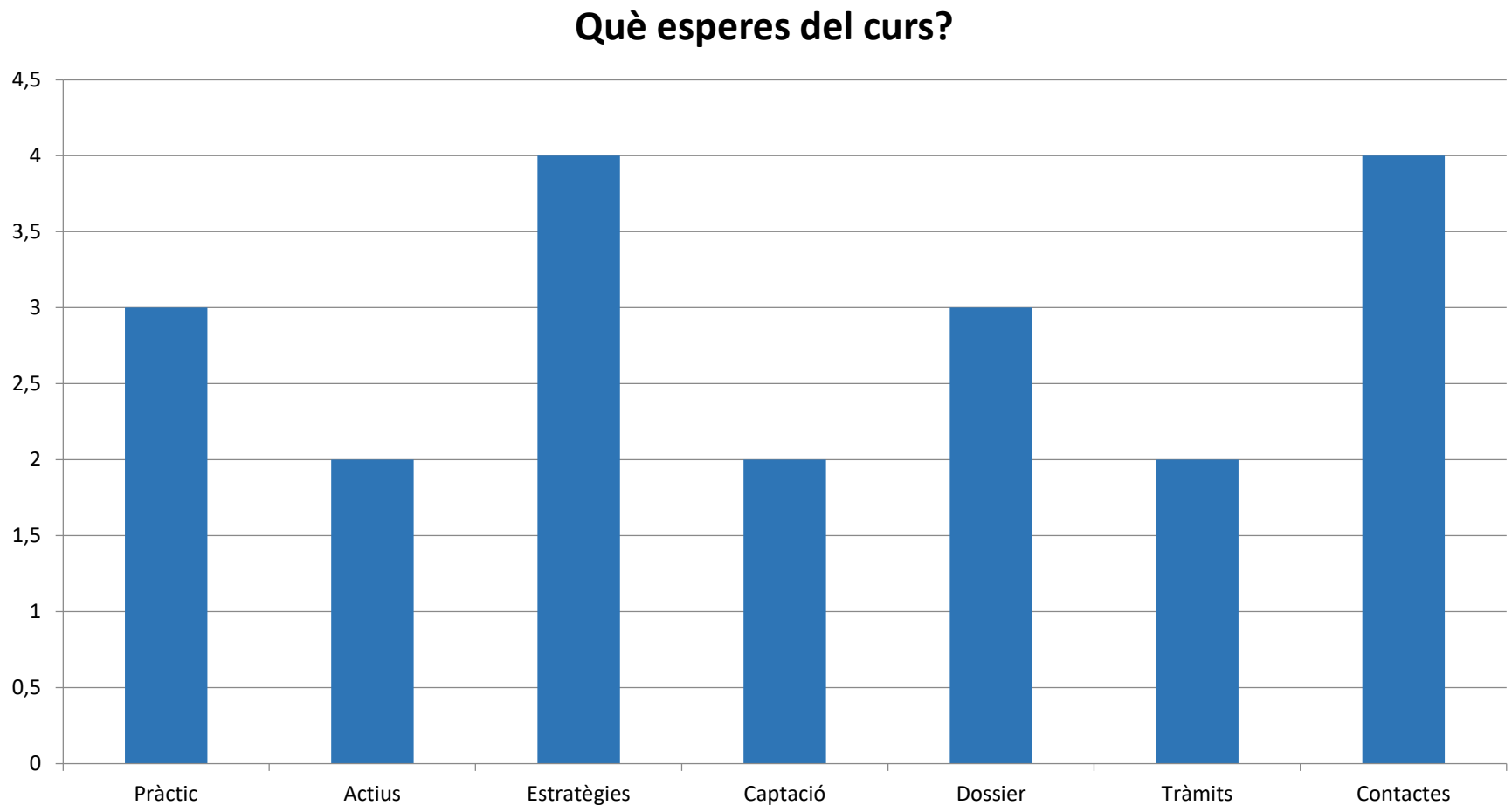
© Francesc Solanellas

Respecte al curs





Expectatives del curs



2. INTRODUCCIÓ

2.1. Per què volem tenir patrocinadors?

1. Per ingressos-econòmic

2. Per imatge
   -imatge puntual
   -imatge coorporativa-marca

3. Per millorar servei

4. Per orientar-nos al marketing-eina estratègica

Idees - 1 -

1. Iniciar la recerca de Patrocini o tenir ja un patrocinador et poden ajudar a tenir un enfocament més de Marketing. Us obligarà a fer la transició.

© Francesc Solanellas

2.2. Objectius del Curs

1. Concepte-visió estratègica → Situar nostra activitat o la nostra entitat

2. Familiaritzar-se amb patrocini → Llenguatge Marketing

3. Com contactar?
4. Què oferir?
5. Com negociar?
6. Com activar?
7. Com mantenir?

→ Metodologia proposada

2.3. Mètode del curs Patrocini

1. Situació Actual

2. Conceptes bàsics de Marketing

3. Metodologia de Patrocini

4. Casos pràctics/ Pràctica

5. Visites

GAES

El més important és el mètode

“El més important és tenir un mètode per poder pescar patrocinadors”

“Dona-li a un home un peix i menjarà un dia, ensenya´l a pescar i pescarà tota la vida”

© Francesc Solanellas

Continguts del Curs

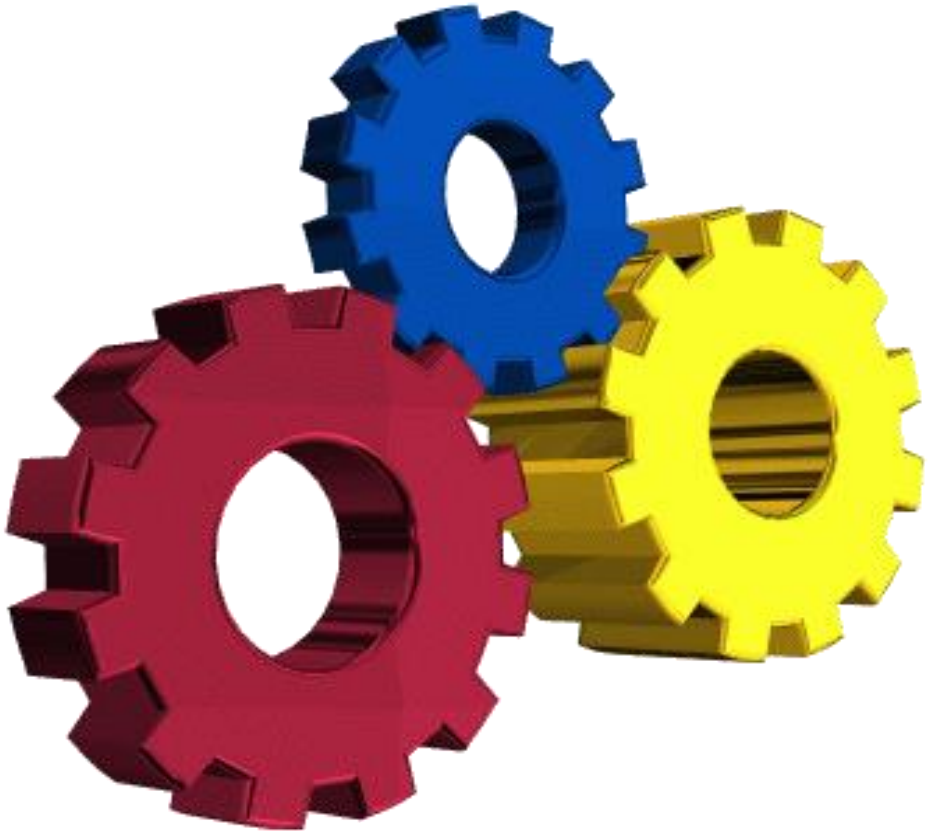
1. Introducció
2. Conceptes Marketing
3. Generació de Recursos
4. **El mètode per a la recerca**
5. Preparació presentació-dossier
6. Contacte amb patrocinador
7. Conclusions-operativa-

© Francesc Solanellas

3. CONCEPTES

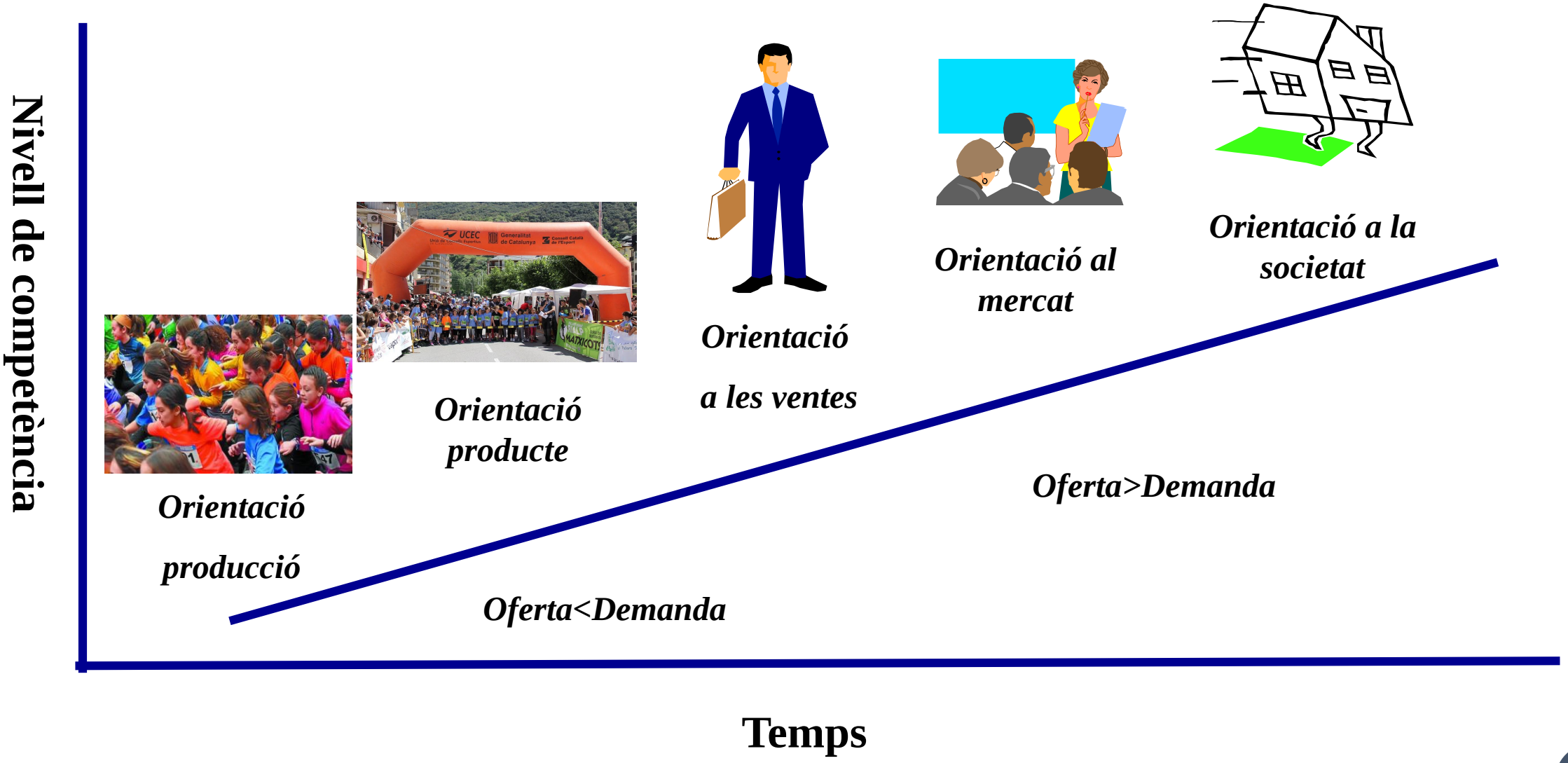
3.1. La Gestió de les organitzacions esportives

Esportiu-Social-Econòmic

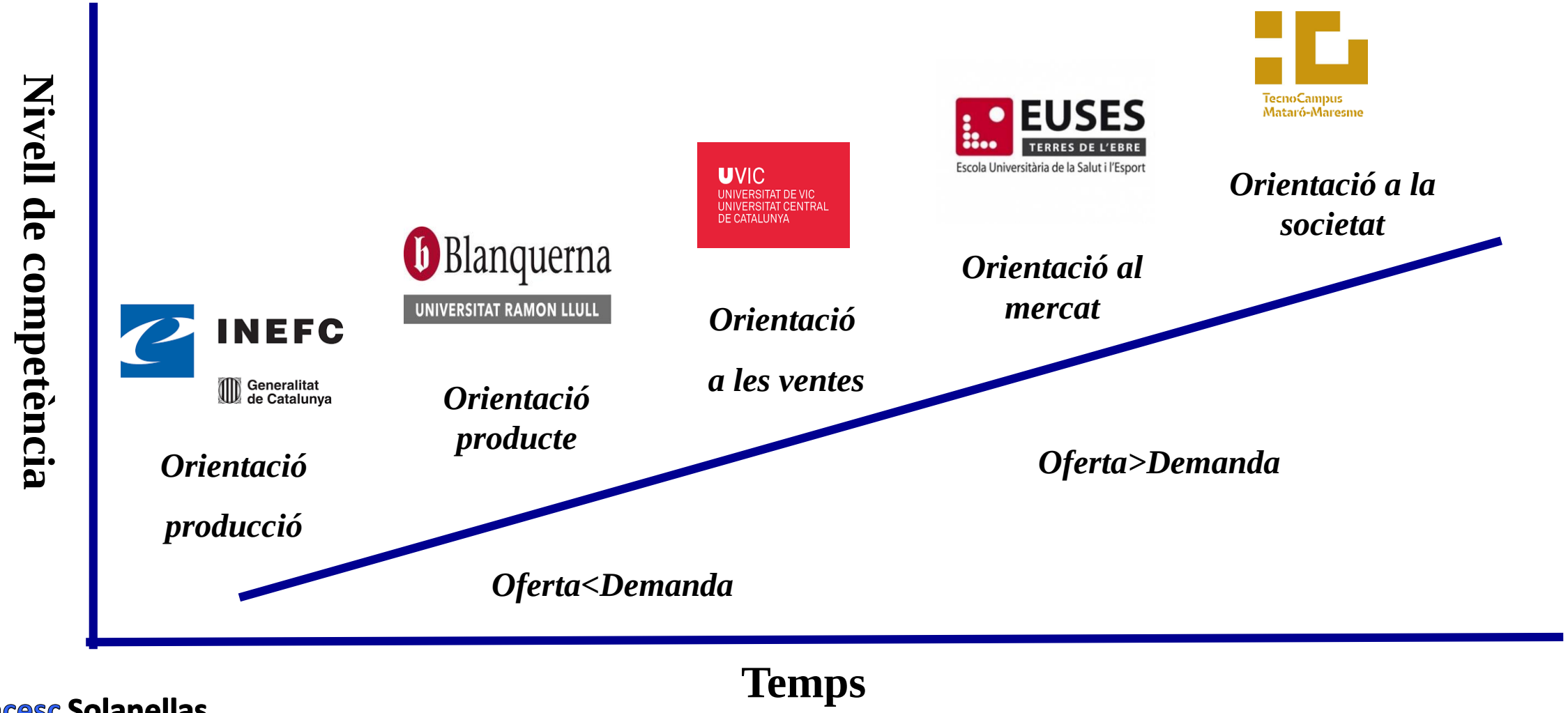


© Francesc Solanellas

3.2. L'evolució del mercat



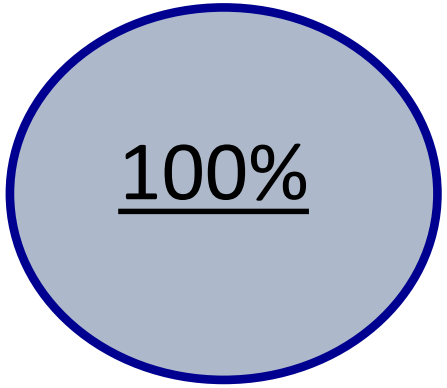
L'evolució del mercat-El cas INEFC-



El cas INEFC-els estudis Ciències Activitat Física i l'Esport-

1era fase

Oferta < Demanda

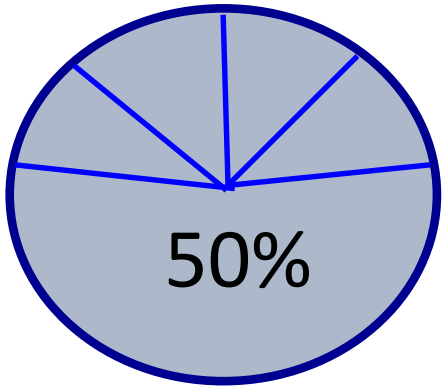


Plena capacitat

+ 1.000 llista espera

Última fase

Oferta > Demanda



El mercat no arriba màx capacitat

- 300

© Francesc Solanellas

Els Centres Ensenyament-Portes obertes-

© Francesc Solanellas

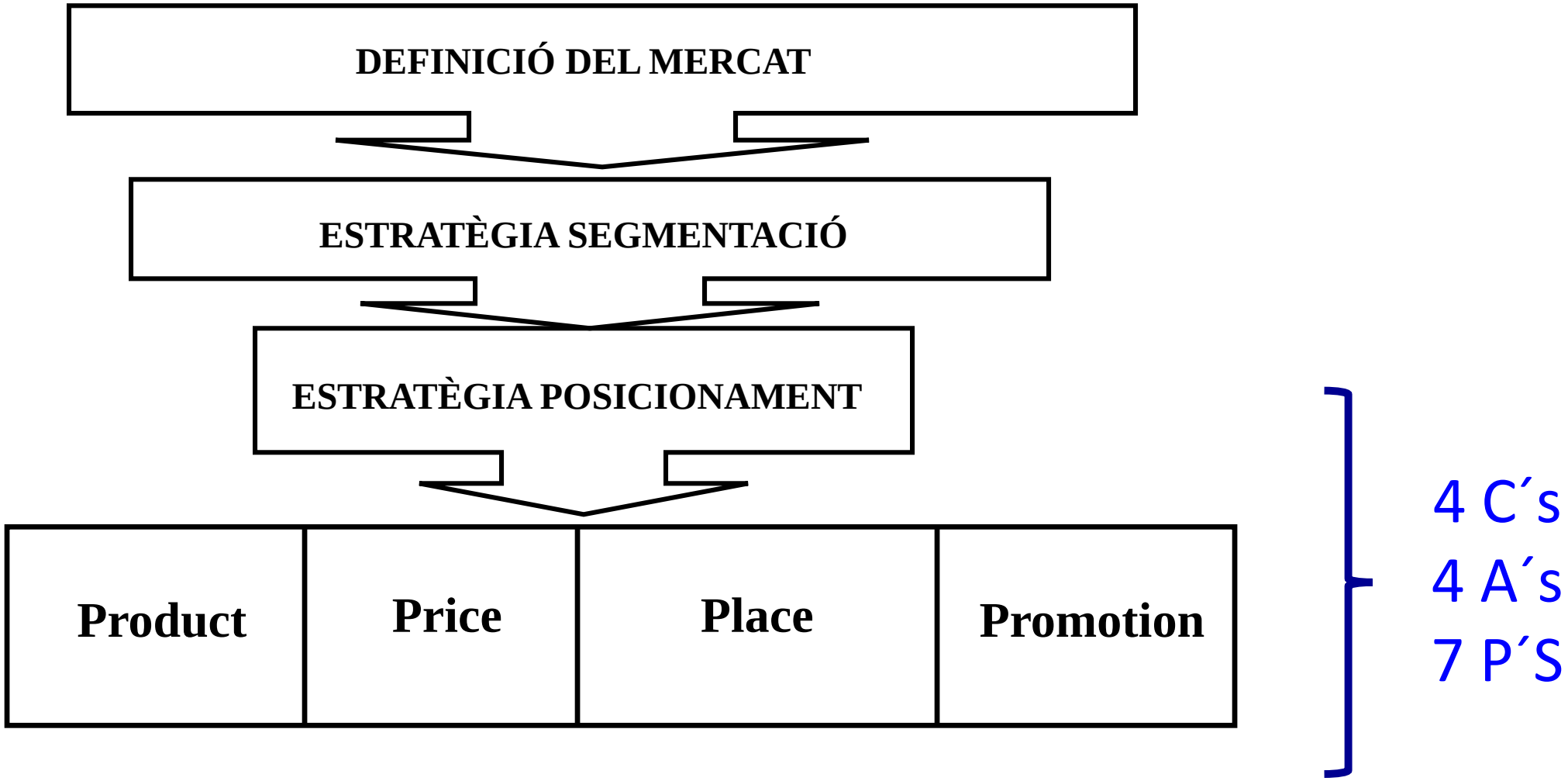
Els Centres Ensenyament-Portes Obertes-

T'esperem a les portes obertes d'EUSES

EUSES et converteix en un professional de la SALUT I L'ESPORT

© Francesc Solanellas

El procés del Marketing



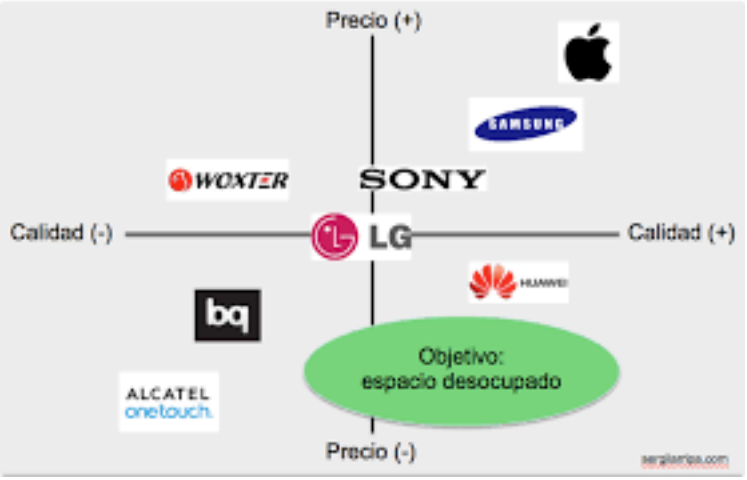
Segmentació i Posicionament

Segmentació

Identificar grups homogenis dins del mercat que tenen unes carácterístiques similars en actituds i suposem que es comportaran de manera similar.

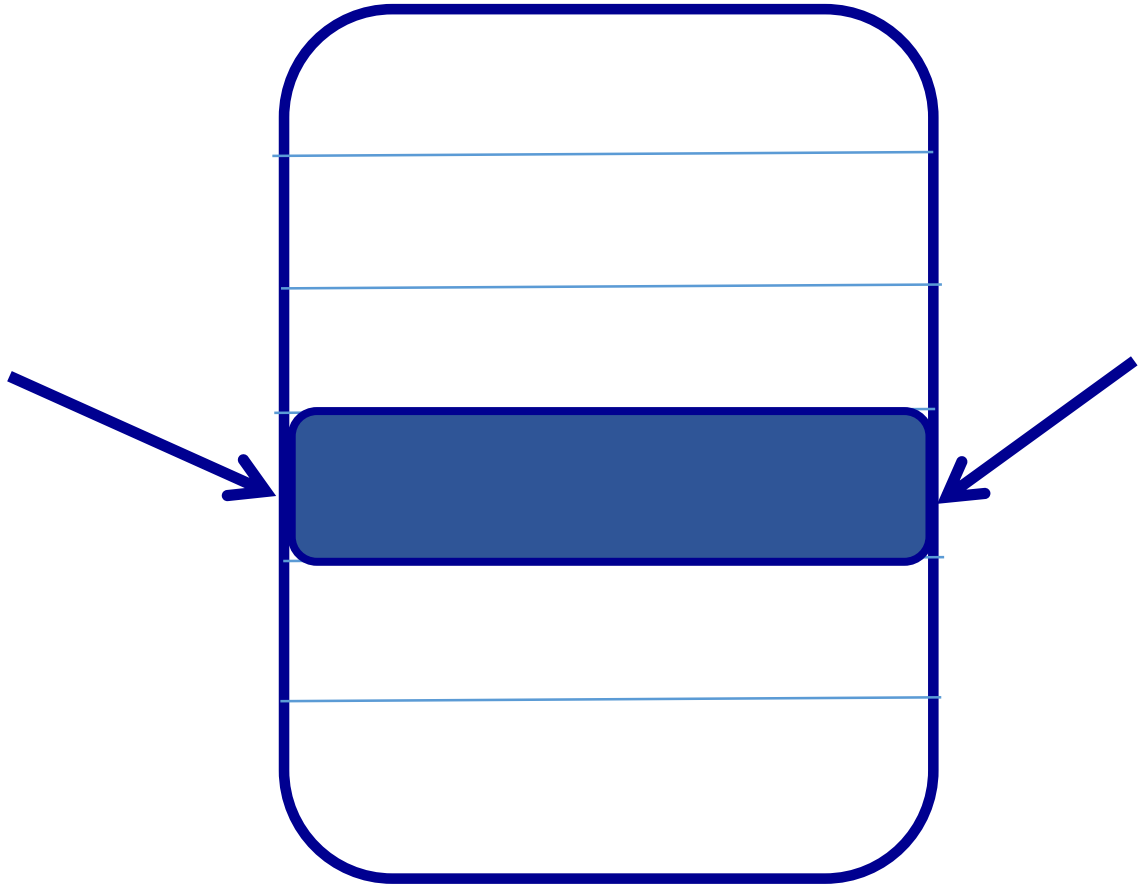
Posicionament

Es la manera com els nostres clients/usuaris ens perceben i ens situen respecte a la competència.



Segmentació

- Es una decisió estratègica. Ex: famílies
- Possibles variables a tenir en compte
  - Geogràfica: per municipis
  - Demogràfica: edat, cicle vida, gènere
  - Psicogràfica: classe socia, estil vida etc.
  - Socioeconòmica: nivell ingressos
  - Conductual: lleialtat marca, actitud davant producte
  - Esports: col.lectius/individuals
  - Activitats
  - Preus-Subvenció



Exemples de Segmentació

BARCELONA TRIATHLON

SPRINT

	48h 1000 primeras plazas (28/02 a las 12h a 02/03 a las 12h)	PROMOCIÓN 2000 primeras plazas (02/03 a las 12h a 03/05 a las 24h)	ANTICIPADO 3000 primeras plazas (04/05 - 05/09)	FINAL - (06/09 - 01/10)
Individual	50€	55€	60€	65€
Federados	38€	43€	48€	53€
Parejas	95€	105€	115€	125€
Relevos	95€	100€	105€	110€

© Francesc Solanellas

Exemples de Segmentació

BARCELONA TRIATHLON

PRECIOS

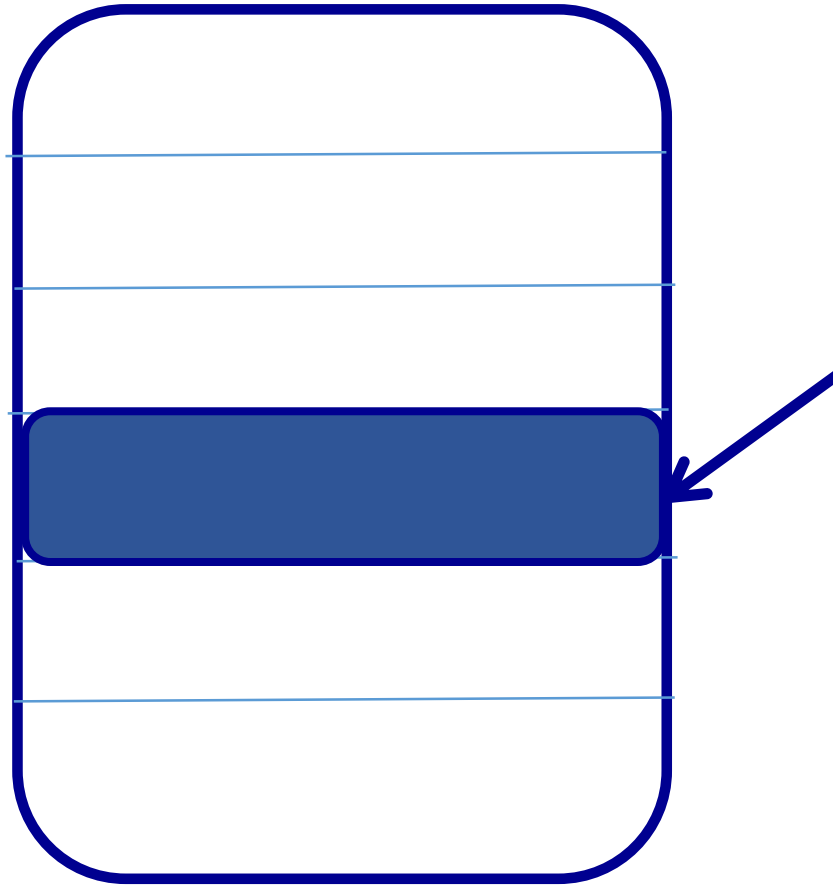
SUPERSPRINT

	48h 1000 primeras plazas (28/02 a las 12h a 02/03 a las 12h)	PROMOCIÓN 2000 primeras plazas (02/03 a las 12h a 03/05 a las 24h)	ANTICIPADO 3000 primeras plazas (04/05 - 05/09)	FINAL - (06/09 - 01/10)
Individual	35€	40€	45€	50€
Federados	23€	28€	33€	38€
Parejas	65€	75€	85€	95€
Relevos	75€	80€	85€	90€

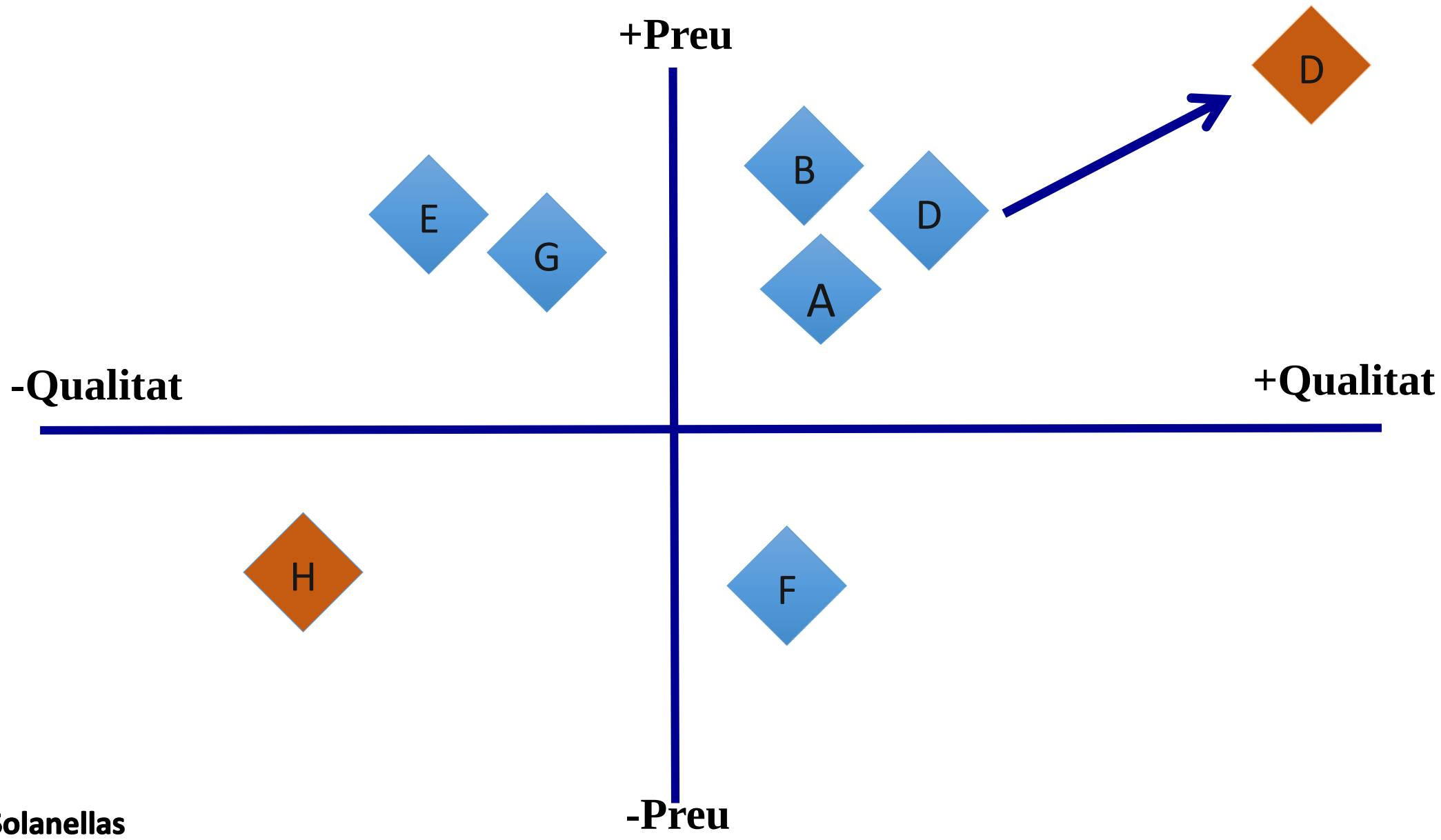
Plànol de Sectorització

Exemples segmentació dels casals d'estiu

- Preus
- Horaris
  - Setmanes
  - Matins-Tardes
  - Menjar
- Nombre activitats (esportives, idiomes)
- Repetició durant els anys
- Sortides
- Instal.lacions

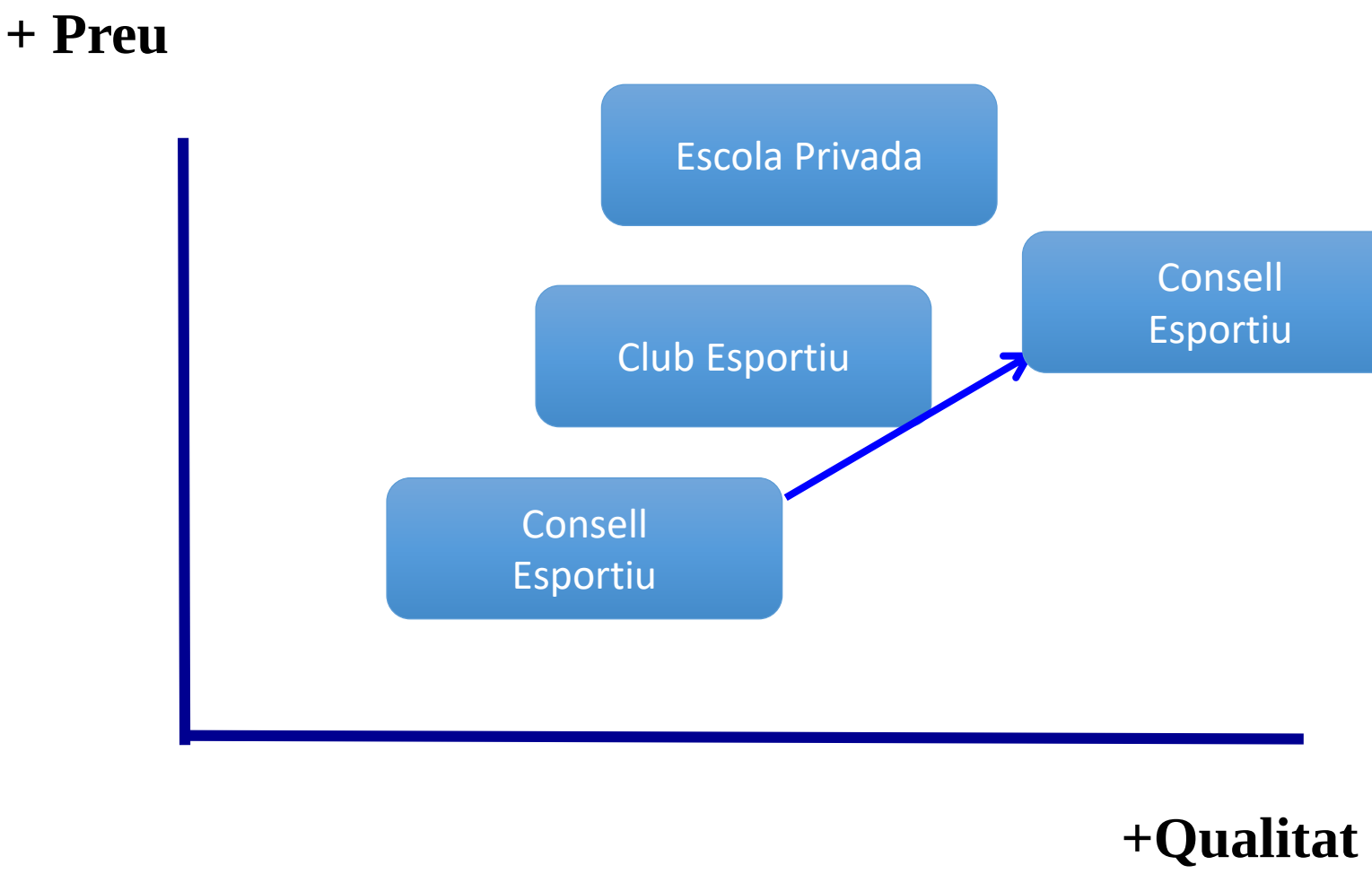


Posicionament esdeveniments esportius

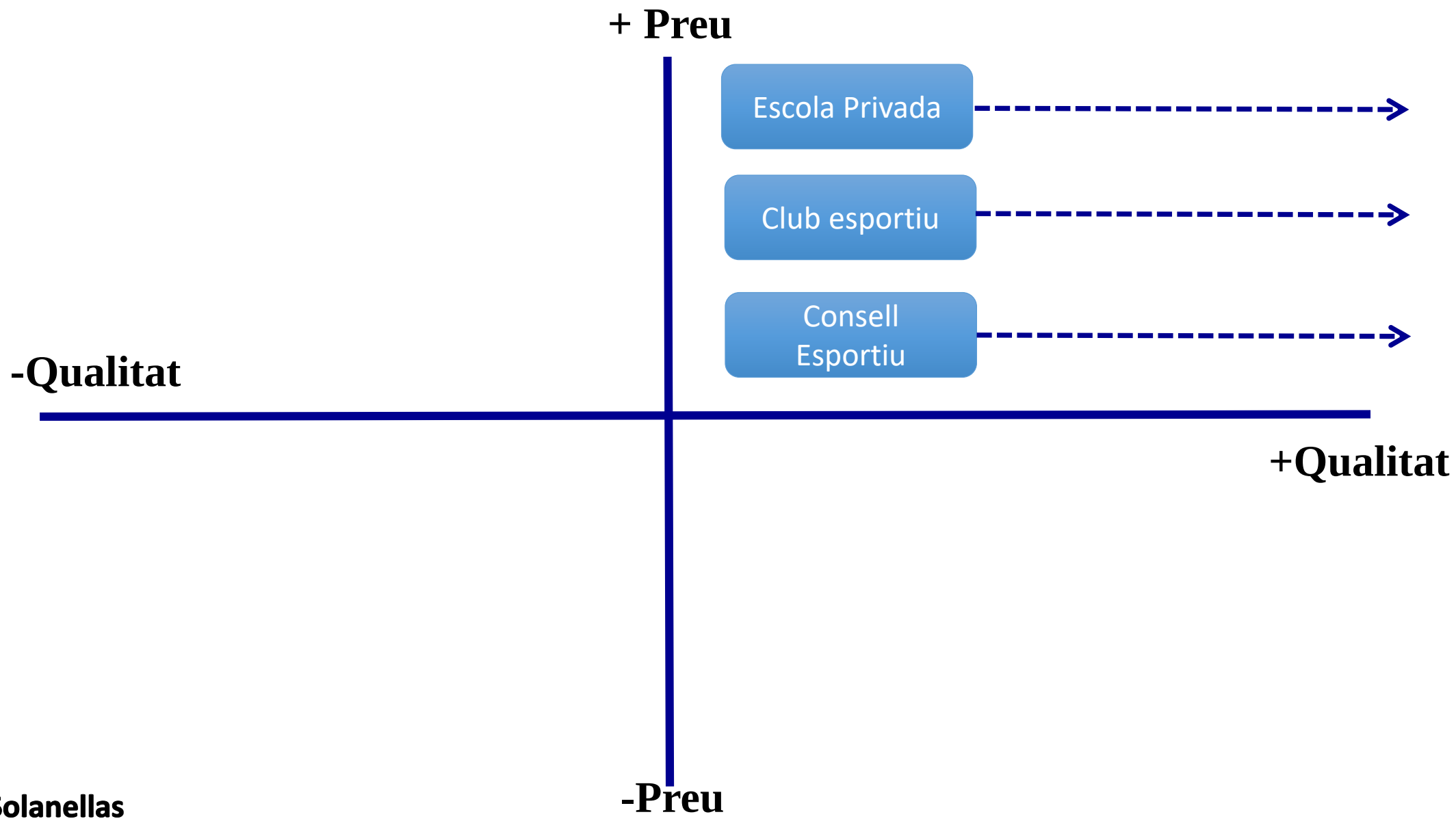


© Francesc Solanellas

Posicionament- Casals Estiu-

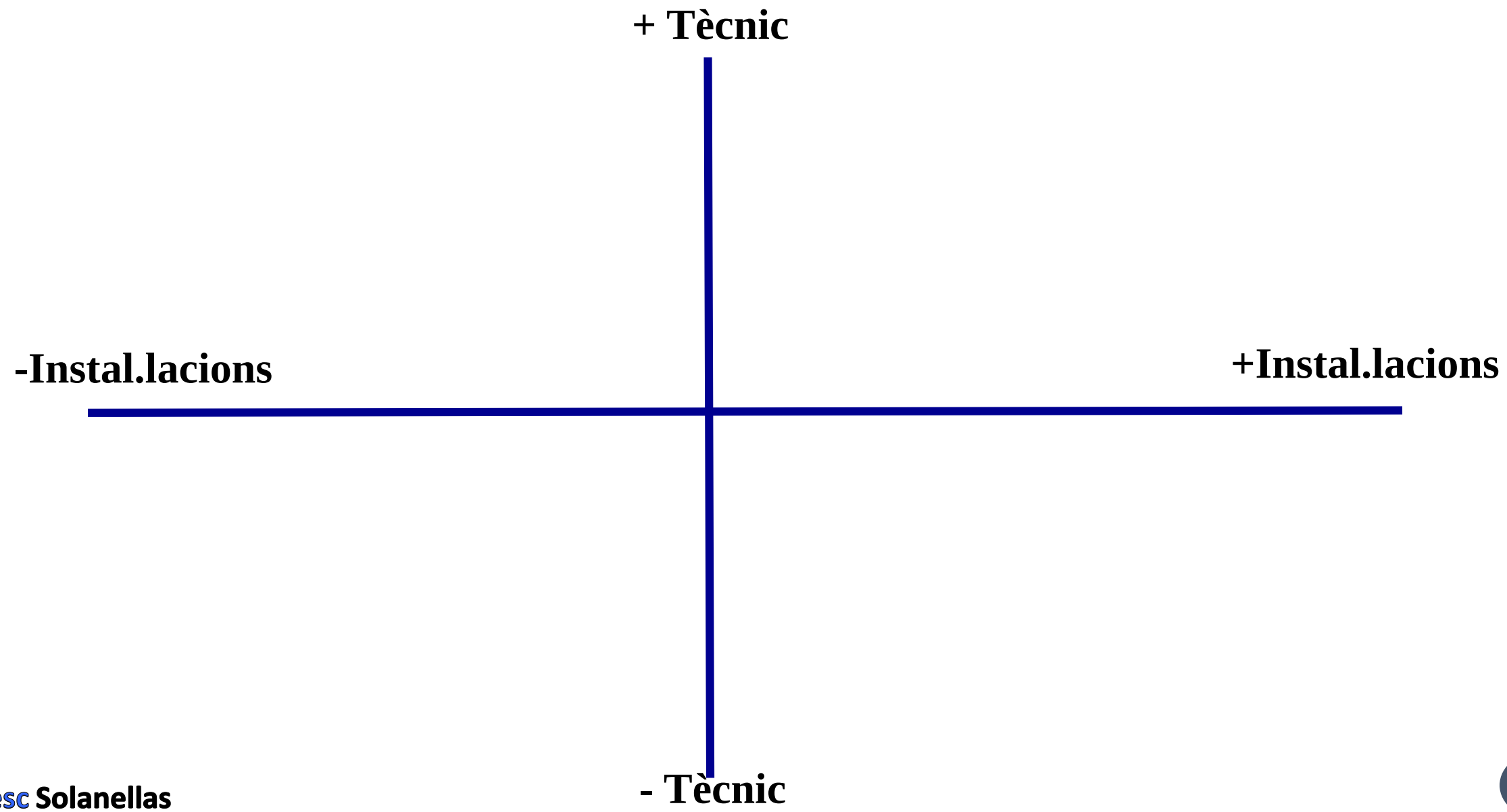


Posicionament- Casals Estiu-



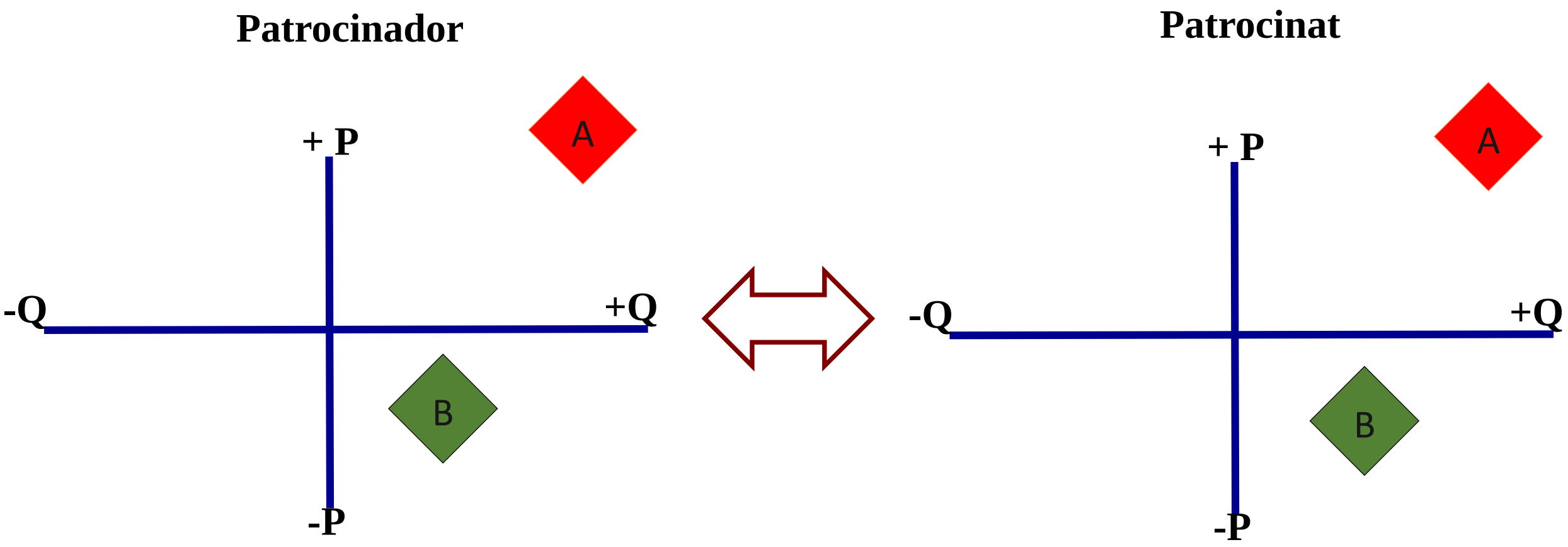
© Francesc Solanellas

Posicionament Campus Estiu



© Francesc Solanellas

Posicionament vs els patrocinadors



© Francesc Solanellas

Idees – 2 -

2. Posiciona a la teva organització. Si pot ser de manera diferent i aportant valor

© Francesc Solanellas

4. MÈTODE RECERCA

4.0. Patrocini/Esponsorització/Mecenatge

Patrocini seria aquell conveni entre dues entitats amb l'objectiu que la primera tingui presència de marca o de producte a la segona intentant buscar un posicionament definit i una certa associació de prestigi. En diferents formes:

-Dotació econòmica
-Cessió de producte
-Cessió instal·lacions
-Serveis

Quan es producte o serveis parlem de col·laboració.

Acostuma a ser la més utilitzada

4.0. Patrocini/Esponsorització/Mecenatge

Esponsorització. Habitualment més vinculat a l'àmbit esportiu on una empresa o institució es vincula amb un esportista, equip o institució a canvi que la seva imatge es vinculi a ells.

-dotació econòmica
-dotació econòmica + material
-serveis
-etc.

© Francesc Solanellas

4.0. Patrocini/Esponsorització/Mecenatge

Mecenatge. Més vinculat a l'àmbit cultural, històric i científic. Sovint té alguna connotació de benefici fiscal. Ex: alguna festa popular, restauració etc

Esdeveniments interés especial-Espanya

-Origen dels esdeveniments. Año Xacobeo
-Esdeveniments esportius

© Francesc Solanellas

4.0. Tipus de Patrocini

Patrocini

Contacte-Oportunista
1 Patrocinador

Patrocini més tècnic

Programa de patrocini
amb més patrocinadors

© Francesc Solanellas

Calendari d'un acord

Abans	Durant	Després
• Buscar una el patrocinador ideal	• Arribar a un acord • Win-win	• Mantenir el patrocini
• Recursos • Categories • Estudi empreses • Dossier	• Primera reunió • Segona reunió • Proposta econòmica	• Seguiment • Activació • Fidelització • Renovació

© Francesc Solanellas

El Patrocini en 10 passes

1. Pla Captació de Recursos i Objectius econòmics a 3 anys
2. Estratègia de segmentació i posicionament
3. Nivells de patrocini
4. Definir els actius i repartir-los
5. Explicar la història
6. Posar preus
7. Sortir a vendre-el dossier
8. Negociació
9. Contracte
10. Activació

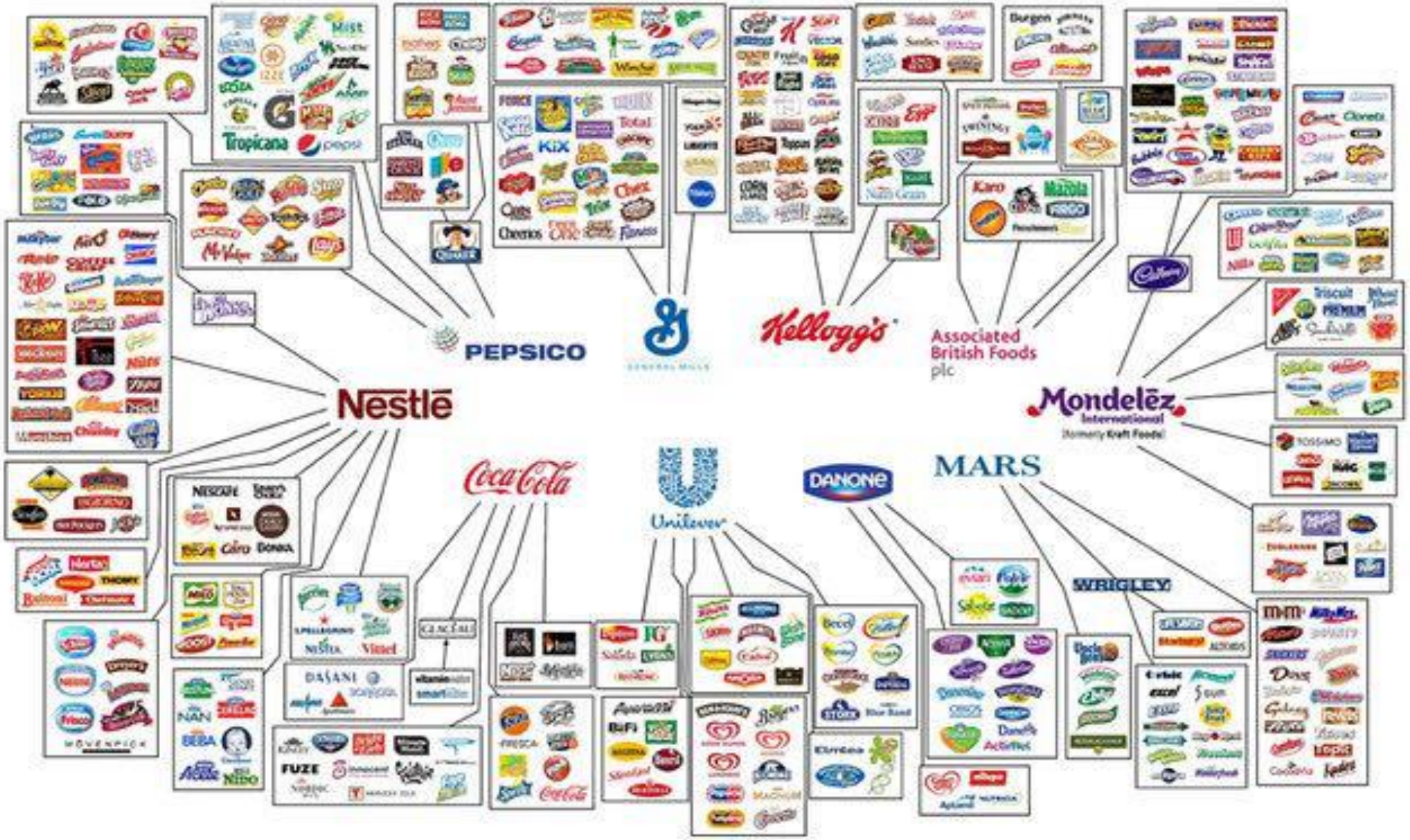
© Francesc Solanellas

4.1. Per on comencem? Analitzar a fons els nostres recursos

1. Quin és el total dels nostres recursos?
2. Quant i quan podrien augmentar?
3. Com es podrien repartir?
4. Quin percentatge seria de patrocini?
5. Fixem un objectiu de patrocini (referència i revisable al final del procés)

© Francesc Solanellas

Sortim a pescar



© Frances

Timeline dels acords

Abans	Durant	Després
• **Buscar una el patrocinador ideal**	• **Arribar a un acord** • **Win-win**	• **Mantenir el patrocini**
• Recursos • Categories • Estudi empreses • Dossier	• Primera reunió • Segona reunió • Proposta econòmica	• Seguiment • Activació • Fidelització • Renovació

© Francesc Solanellas

4.1. Patrocini i Captació de Recursos

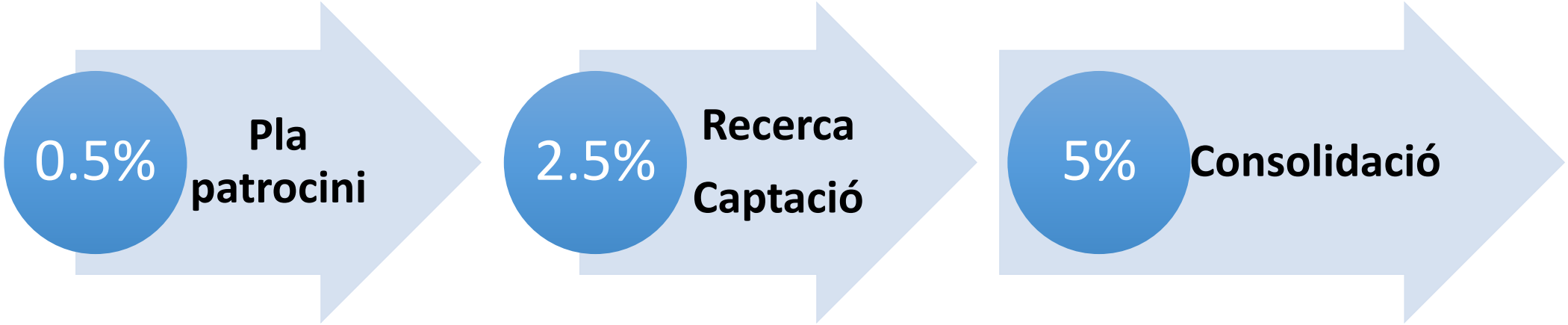
- Anàlisi de la teva compte d'explotació avui
  - 80% Subvencions
  - 10% Quotes inscripció
  - 10% Gestió d'activitats

- Com vols que sigui en 3 anys
  - 1r any
  - 2n any
  - 3r any

- Traslladar l'objectiu a la resta de l'organització

Quin pla d'accions faràs?

4.1. Objectius econòmics



2.000€	**10.000€**	**20.000€**
0-1 patrocinador	1-2 patrocinador	2-3 patrocinador

© Francesc Solanellas

4.1. Objectiu 10.000€

1. Anàlisi de les empreses que tenim a la comarca
   1. Cambra comerç
   2. Municipis més importants
   3. Publicitat als mitjans locals
   4. Contactes

2. Categorització de les empreses-segmentació empreses
   1. Tres nivells empreses: A, B i C
   2. Per facturació
   3. Per nombre de treballadors
   4. Sectors diferents

© Francesc Solanellas

Premsa local

© Francesc S

4.2. Sectors empreses

1. Proveïdors nostres (VIK)
2. Sector alimentació
3. Sector bancari
4. Sector assegurances
5. Sector automoció
6. Sector esportiu-tècnic
7. Sector begudes

-Quins sectors, quines empreses no volem?

-Quines fronteres no volem passar?

© Francesc Solanellas

4.2. Segmentació de les empreses (Comarca B)

Empreses	Criteris (treballadors, facturació etc.)	Percentatge	Nombre empreses
A	< 5 treballadors	76,40%	3.990
B	Entre 6 i 50 treballadors	21,30%	1.112
C	Entre 51 i 250 treballadors	1,90%	99
D	Més de 250 treballadors	0,30%	16

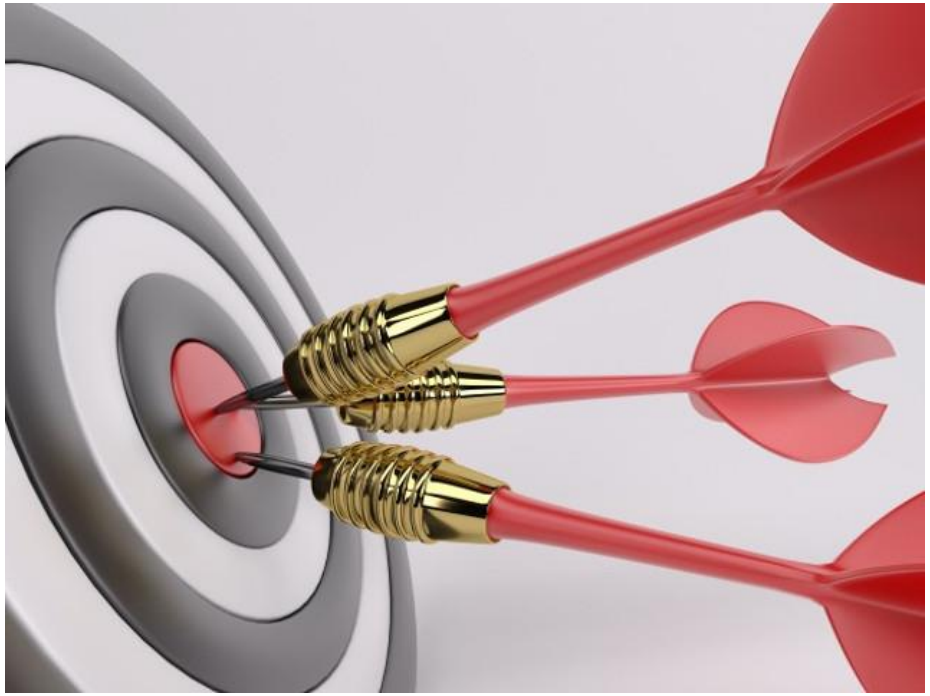
© Francesc Solanellas

Briefing de l’empresa que volem

- Empresa no esportiva. La base de la central a la nostra comarca que li interessi tenir una visbilitat local que tingui com a públic objectiu els nostres usuaris o les seves famílies.

- Empresa tècnica esportiva que pugui proporcionar-nos equipaments als nostres tècnics, tutors de joc etc.

- Empresa nacional amb oficina al nostre municipi que diposi d’un pressupost de promoció i que tingui entre els seus objectius el nostre públic.



4.3. Nivells que volem pel nostre programa (quantes empreses)

- 1 categoria
- 2 categories
- 3-4 categories
- Categories personalitzades
- Noms categories

-Quins sectors, quines empreses no volem?

-Quines fronteres no volem passar?

-Quina categoria és la clau?

© Francesc Solanellas

Exemples de categories

- 1 categoria
- 2-3 categories
- Per començar més de 3 categories?
- Noms categories i preus de les categories

- Quins sectors, quines empreses no volem?
- Quines fronteres no volem passar?

© Francesc Solanellas

Exemples de categories

FCB (33)	RDC ESPANYOL (13)	JOVENTUT (28)	HBOL GRANOLLERS (43)	MARATÓ BCN (17)
Partners Prals (2)	Patrocinador Pral (1)	Patrocinador Pral (1)	Patrocinador Pral (1)	Title Sponsor (1)
Partners Premium (4)	Patrocinadors Oficials (5)	Patrocinador Oficial (8)	Patrocinador Premium (9)	Patrocinadors Prals (2)
Partners Oficials (11)	Proveïdors Oficials (7)	Proveïdors Oficials (10)	Partners Institucionals (3)	Marca oficial (2)
Partners Seccions (2)		Media Partners (9)	Partners oficials (30)	Diaris oficials (4)
Partners Regionals (14)				Sponsors (6)
				Col·laboradors (2)

© Francesc Solanellas

Exemples de categories

Auditori BCN (21)	Liceu (36)	Auditori Girona Fundació (15)	Kursal Manresa (5)	Centre Cult Terrassa (2)
Obra Social Fundació "la Caixa"	gasNatural	Cambra de Comerç de Girona	CATALANA OCCIDENTE	Cicle Dansa BBVA
Coca-Cola	Agbar	El Corte Inglés	TOUS	Cicle Cine Muntanya BBVA
fundació abertis	endesa	HIPERCOR	ICL Iberia	
euromadi Estrella Damm	OHL	Estrella Damm	ROLEX	
CATALUNYA RÀDIO	IBERIA	METALQUIMIA	Estrella Damm	
+15 mitjans	movistar +25 empreses +15 mitjans	+10 mitjans		

© Francesc Solanellas

Alguns exemples concrets

- Reus
- Tarragona
- El Prat
- Barcelona

Interès especial

Jocs Mediterrani 3M€

4 M € en 3 anys (Bicing)

400.000€ (Sant Jordi)

© Francesc Solanellas

Consell Esportiu Tarragonès

Partners principals:

Partners oficials:

Partners Institucionals:

Col·laboradors:

© 2013 Consell Esportiu del Tarragonès · Política de privacitat
Carrer de les coques , 3 · 43003 Tarragona · info@cetarragones.cat · Tel.: 977249484 · Fax: 977235167
Powered by RamblaDigital

Crear un concepte- Fête des lumières-Lyon-

CLUB OF PARTNERS (association of partners):

- More than 57 companies already joined the Club
- A real networking
- 50% of the Festival funding
- Meetings and informations all year long
- Prestigious evenings and exclusive visits
- During the Festival, a Light Village exclusively for partners, artists and press.
- A boutique and sales points featuring official products.

Thank to partners

Organisation

Founding partners

Lumière Partners

Official Partners

Partners

Institutional Partners

Media Partners

WELCOME TO

PRUDENTIAL RIDELONDON

28-29 JULY 2018

Join Team Scope today!

Scope
About disability

RIDE FOR CHARITY

Find out how to ride in the Prudential RideLondon-Surrey 100

RIDER TIMES

Find times for riders in every event of the 2017 Prudential

PRUDENTIAL RIDE LONDON

About

- Overview
- The Organisers
- FAQs
- **Partners & Sponsors**
- Contact Us
- Official Online Store
- Event Photos
- Results & Times

> Prudential RideLondon > About > Partners & Sponsors

Partners & Sponsors

Thanks to our Partners & Sponsors

MAYOR OF LONDON · Surrey · TRANSPORT FOR LONDON · LONDON & PARTNERS

PRUDENTIAL

CYCLING PLUS · ŠKODA · wiggle · dhb

Virgin ACTIVE · ERDINGER ALKOHOLFREI · Virgin moneygiving

british bike hire · wattbike · HIGH5 SPORTS NUTRITION · marathon-photos.c

© Francesc Solanellas

4.4. Definir els actius

Categories d'actius	Exemples
Drets associació	Patrocinador del Consell Esportiu
Visibilitat de l'espai de joc	Lones, videos, pancartes
Hospitality-invitacions	Entrades, seients preferencials, fila 0
Presència autoritats	Entrega de premis, recepcions etc.
Material esportiu	Logos a les samarretes
Mitjans comunicació AV	Anuncis de TV
Publicacions internes	Memòries, revistes, fulletons
Premsa escrita	Anuncis amb el logo patrocinador o notícies
Pàgina web	Logo amb el link o un espai pel patrocinador, cortina
Xarxes socials	Posts informatius, interactius, concursos, promocions..
Roda premsa vs Escenificació acord	Assistència premsa/ Fotografia presentació
Activitats	Donar nom, cognom. Et convida a…../ **Promocions**

© Francesc Solanellas

Exemple de l'ACB

6. PROGRAMA DE PATROCINIO

ACB

h/ Hospitalidad
- Programa Vip
- Entradas partidos
- RRPP
- Vive la experiencia

a/ Derechos de Asociación
- Logos de las competiciones
- Logos de clubes
- Jugadores

b/ Derechos TV
- Spots TV y caretas
- Ventilaciones
- Derechos visibilidad internacionales

c/ Publicidad en pista
- Leds electrónicos en pista
- Lonas fondo canasta
- Frontales canasta
- 24" y brazos canasta
- Neveras banquillos

d/ Derechos online
- Banners
- Redes Sociales
- Noticias
- Vídeos

e/ Derechos Promocionales
- Club promociones acb
- Publicidad offline
- Cuñas y contenidos radio

f/ Contenidos Baloncesto
- Club empresas
- liga endesa tour
- Establecimientos Asociados
- Circuito Pretemporada Movistar
- Promoción itinerante en Pabellone

g/ Programa jóvenes
- Acb next
- Campus movistar+
- Activaciones Fanzones
- Minicopa endesa
- Programa Valores
- Street basket

1 Presentación ACB

© Francesc Solanellas

PATROCINI MÈTODE

C.E. OSONA @CEOSONA · 13 d'abr.

VALORS & ESPORT 📣

⚽🏀🏐🎾🏑🏊

"La nostra recompensa es troba en l'esforç i no en el resultat. Un esforç total és una victòria completa"

Mahatma Gandhi

#JoSempreHiGuanyo
#TotsJuguem
#SomExtraescolar
#Osona

Tuit fixat

Consell Esportiu de l'Hospitalet @CEHospitalet1 · 17 d'abr.

El pròxim 25 d'abril, a les 19:00h, presentarem el Codi Ètic del Consell Esportiu, juntament amb altres accions per promoure el joc net. La cita serà a l'Equipament Municipal Carrilet (Espai Jove Ca N'Arús). Ja podeu consultar i adherir-vos al Codi Ètic! cehospitalet.org/index.php/joc-...

Xarxes socials

PATROCINI MÈTODE

INICI BLOG CONTACTE

CONSELL ESPORTIU ALT PENEDÈS

Jocs Esportius Escolars de Catalunya

Trofeos Publicidad.com tienda on line

ESPORT ESCOLAR ESPORT SÈNIOR CONSELL ESPORTIU

CURSOS DE FORMACIÓ

Cursos de Formació

Consell Esportiu Imprimeix Correu-e

Aquest programa es per complementar el d'activitats i el de les escoles esportives dels jocs escolars.

Fomentar la formació és fonamental per poder garantir un bon nivell de qualitat, per això el Consell Esportiu de l'Alt Penedès, juntament amb la Regidoria de l'ajuntament de Vilafranca, té previst d'organitzar cursos per a la formació de tècnics, àrbitres i jutges, així com seminaris i jornades tècniques.

Aquests cursos van dirigits a professors d'educació física, monitors, tècnics, dinamitzadors, etc.

També tenim informació de cursos que realitzaran altres consells

Piulejar Compartir

- Edats i categories
- Col·laboradors
- Condicions de Participació
- Inscripcions i Quotes curs 2017-18
- Premis
- Servei de Tècnics i Monitors
- Cursos de Formació
- Què fer en cas d'accident?
- Concurs cultural
- Targeta Verda
- Borsa de treball

© Francesc

PATROCINI MÈTODE

© Franc

PATROCINI MÈTODE

Unit: octubre de 2013

303 fotos i vídeos

Ets nou al Twitter?

Registra't ara per obtenir la teva pròpia cronologia personalitzada!

Registra't

També et pot interessar · Actualitza

Consells Esportius
@UCECcat

C.Esportiu Bages @CEsportiuBages · 9 d'abr.

Informació #DuatlóEscolarSantSalvadorGuardiola d'aquest proper diumenge 15 d'Abril de 2018: cebages.info/wp-content/upl... @CEsportiuBages @triatloateneu @triatlomanresa @UCECcat

4.5. Explicar una història

- Som capaços de crear actius específics, diferents, que ens ajudin a posicionar-nos millor respecte a la competència?

- Cal explicar històries diferents perquè interessen a les nostres organitzacions i que amb un patrocinador podem ser capaços d´aconseguir un amplificador

- Hem de ser capaços de crear “històries”

- Veure llistat actius i com es poden col·locar per categories

El cas COCA-COLA

4.6. Posar preus

- Pressupost actual /propers anys
- A quanta gent arribem? (directa, indirecta)
- Valor mínim i màxim
- Gratuït?
- Agafar referències sector
- Què valen les activitats?
- Què els hi costaria arribar a la gent que arribem nosaltres?
- Com es desglosen?
- Global vs parcial?

© Francesc Solanellas

4.7. Sortir a vendre-El dossier patrocini-

- Qui fa la venda? Quan? Com? On?
- Dossier de patrocini
    - Captar la imatge inicial-imatge-video
    - Llenguatge marketing
    - Els coneixes
    - Has pensat amb la seva campanya
    - Ets una extensió del seu Dept MK
    - Coneixes el mercat-saps quantificar

4.7. Dossier de patrocini

- Captar l’atenció inicial
- Index de continguts?
- Breu introducció organització
- Explicar l’esdeveniment o l’organització
- Segmentació, posicionament
- Explicar el programa amb els nivell de patrocini
- Proposta de nivell de patrocini
- Valoració econòmica (davant o enviada)

4.8. Negociació-acord

- Si has analitzat bé el sector la negociació la pots controlar més
- Llegir al possible patrocinador
- No negociar només preu
- Tenir alternatives: actius
- Flexible/ inflexible?
- Tenir arguments sòlids

© Francesc Solanellas

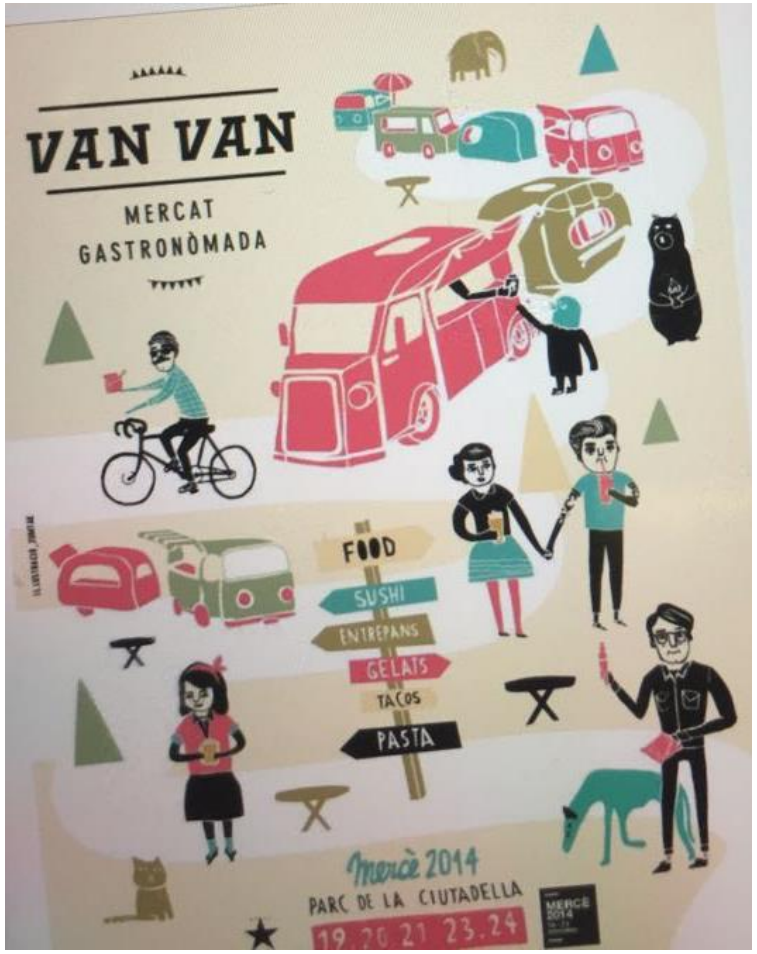
4.9. El contracte

1. Les parts del contracte
2. Objecte dels contracte
3. Durada (renovacions)
4. Actius en joc (clars, concrets)
5. Preu (fer esment a l'IVA)
6. Terminis pagament
7. Renovacions
8. Qui signa els contractes
9. En cas de disputa

© Francesc Solanellas

4.10. Activació

- Per què ens interessa activar el patrocini?
- El que està escrit
- Què farem per activar-lo?
- Quines seran les persones que ho activaran?
- Interlocutors?
- Normalment preu patrocini x 2 o x 3



Idees - 3 -

3. Mantenir un patrocinador, renovar un patrocinador després del primer termini hauria de ser el primer objectiu després de la signatura.

© Francesc Solanellas

7. CONCLUSIONS

QUÈ FARIA JO CONSELL ESPORTIU?

1. Raonament estratègic

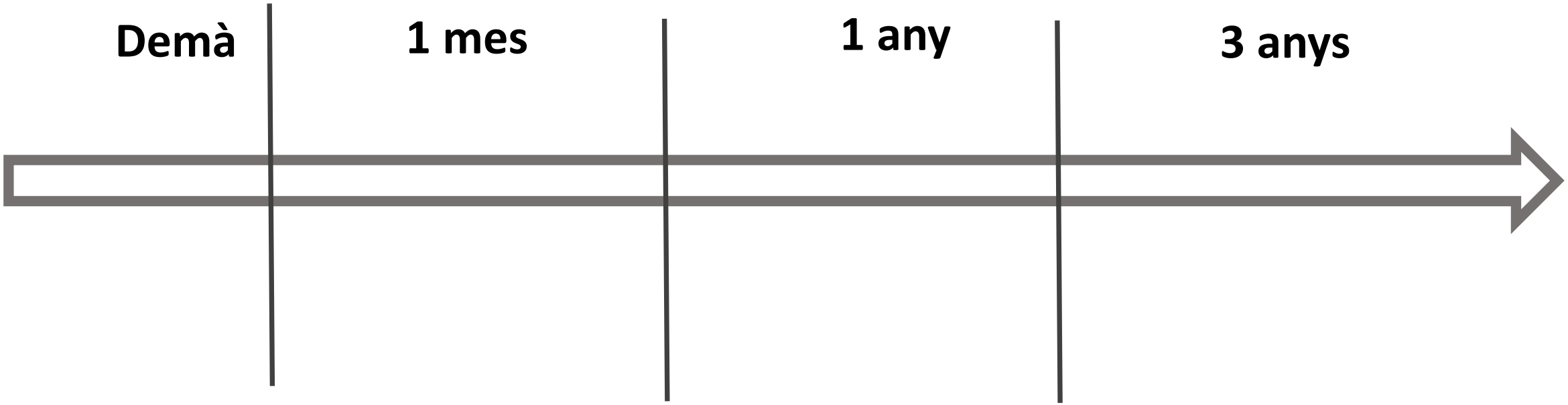
2. Pla patrocini amb objectius a 3 anys-enfocament MK
   1. Programa de patrocini
   2. Pla de contactes
   3. Responsabilitzar una persona-involucrar organització

3. Llistat de contactes
   1. Base de dades
   2. Cambra Comerç
   3. Reunió empreses

4. Elaborar un dossier de patrocini en 3 mesos

© Francesc Solanellas

QUÈ FARIA JO CONSELL ESPORTIU?



© Francesc Solanellas